

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



PONTIFICIA  
**UNIVERSIDAD**  
**CATÓLICA**  
DEL PERÚ

Las estrategias familiares de pequeños productores y su articulación al mercado:  
el caso de las familias dedicadas a la caficultura y apicultura en el distrito de San  
Ignacio, provincia de San Ignacio, Cajamarca

Tesis para optar el Título de Licenciada en Antropología

Dafne Erika Oxana Lastra Landa

Asesor: Alejandro Diez Hurtado

Diciembre del 2013



## INDICE

INTRODUCCION	I
CAPÍTULO 1: Estado de la cuestión y marco teórico	1
1.1. Estado de la cuestión	1
1.1.1. Producción familiar	1
1.1.1.1. Café	7
1.1.1.2. Miel	9
1.1.2. Estrategias familiares	11
1.2. Marco teórico	15
1.2.1. Familias campesinas-pequeños productores	15
1.2.2. Producción familiar de café y miel	19
1.2.3. Articulación al mercado	21
1.2.4. Estrategias familiares	23
CAPÍTULO 2: Contexto general de San Ignacio	28
2.1. Provincia de San Ignacio	28
2.2. Actividades productivas	34

2.3.	Distrito de San Ignacio	35
2.4.	Proyectos de desarrollo	37
2.5.	Acceso a servicios	39
2.6.	Salud y educación	39
CAPÍTULO 3: Producción y comercialización del café		42
3.1.	La producción nacional de café	42
3.2.	La producción de café en San Ignacio	49
3.3.	Café femenino	52
3.4.	Proyectos de desarrollo con familias cafetaleras	54
3.5.	El proceso productivo	57
3.5.1.	La participación femenina	63
3.6.	La comercialización del café	65
3.7.	Las organizaciones cafetaleras	70
3.7.1.	Asociaciones	71
3.7.1.1.	Asociación Unión de Cafetaleros Ecológicos – UNICAFEC	71
3.7.1.2.	Asociación de Productores Ecológicos de San Ignacio – APESI	73
3.7.2.	Cooperativas	75
3.7.2.1.	Cooperativa de servicios múltiples “Aprocassi”	75
3.7.2.2.	Cooperativa Agraria Frontera San Ignacio – COOPAFSI	77
3.7.2.3.	Cooperativa de servicios múltiples “Sol&Café”	79
3.8.	Promoción del café en San Ignacio	80
CAPÍTULO 4: La producción y comercialización de miel		82
4.1.	La producción nacional de miel	82

4.2.	La producción de miel en San Ignacio	84
4.3.	Proyectos de desarrollo con familias de apicultores	85
4.4.	Proceso productivo	87
4.4.1.	Participación femenina	91
4.5.	La comercialización de la miel	92
4.6.	Asociación de apicultores	94
4.6.1.	Asociación Solidaria de Pequeños Productores Apícolas de Bosques Naturales de San Ignacio – Asppabonsi	94
4.7.	Empresas familiares	96
4.7.1.	Montaña Verde S.A.	96
4.7.2.	Productos Naturales Reina del Bosque S.R.L.	97
CAPÍTULO 5: Familias de pequeños productores cafetaleros y apicultores de San Ignacio		99
5.1.	Caficultura en San Ignacio	104
5.2.	Apicultura en San Ignacio	107
5.3.	Familias de pequeños productores cafetaleros y apicultores: descripción de casos de estudio	109
5.3.1.	Familias dedicadas al cultivo de café	109
5.3.1.1.	Caso 1: Familia articulada al mercado a través de una asociación cafetalera y de su empresa familiar	109
5.3.1.2.	Caso 2: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera	112
5.3.1.3.	Caso 3: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera	114
5.3.1.4.	Caso 4: Familia articulada al mercado a través de intermediarios sin vínculos con las organizaciones de productores	116

5.3.1.5.	Caso 5: Productora articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera	118
5.3.1.6.	Caso 6: Productor articulado al mercado a través de una cooperativa cafetalera	120
5.3.1.7.	Caso 7: Productora articulada al mercado a través de una asociación cafetalera	122
5.3.2.	Familias dedicadas al cultivo de café y producción de miel	123
5.3.2.1.	Caso 8: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera y de la asociación de apicultores	124
5.3.2.2.	Caso 9: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera y de la asociación de apicultores	126
5.3.2.3.	Caso 10: Familia articulada al mercado a través de una asociación cafetalera y de su empresa familiar	128
5.3.2.4.	Caso 11: Familia articulada al mercado a través de una asociación cafetalera y de su empresa familiar	131
5.3.2.5.	Caso 12: Familia articulada al mercado a través de intermediarios y de la venta individual de miel, sin vínculos con las organizaciones de productores	134
5.3.2.6.	Caso 13: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera y de la venta individual de miel	137
5.3.2.7.	Caso 14: Familia articulada al mercado a través de intermediarios y de la venta individual de miel, sin vínculos con las organizaciones de productores	140
5.4.	Balance de las familias dedicadas al cultivo de café y producción de miel: características y actividades económicas	142

CAPÍTULO 6: Estrategias familiares de pequeños productores cafetaleros y apicultores de San Ignacio	147
6.1. Las estrategias familiares y la generación de ingresos	148
6.1.1. Estrategias de crecimiento	149
6.1.2. Estrategias de consolidación-estabilización	153
6.1.3. Estrategias de acumulación	161
6.2. Variables que afectan las estrategias familiares: ciclo demográfico, articulación al mercado y asociatividad	166
6.2.1. El ciclo demográfico familiar	166
6.2.2. La articulación al mercado de las familias	169
6.2.3. La asociatividad en las familias	176
6.3. Las acciones para la seguridad y la reducción de riesgos en las familias	183
6.4. Balance y desarrollo final	194
CONCLUSIONES	204
BIBLIOGRAFÍA	222
ANEXOS	236
Anexo 1: Matriz metodológica	237
Anexo 2: Características de las organizaciones de pequeños productores cafetaleros y apicultores	243
Anexo 3: Características de las familias cafetaleras y apicultoras	251
Anexo 4: Archivo fotográfico	253

## INTRODUCCIÓN

Como han señalado diversos estudios, entre ellos el de María Isabel Remy<sup>1</sup>, la producción de café ha adquirido mucha importancia a nivel nacional, convirtiéndose en uno de los productos más rentables para los pequeños agricultores ubicados en la selva central y selva alta del norte y sur del país. Esto se debe, en parte, al resurgimiento de las cooperativas y formación de asociaciones cafetaleras, las cuales han ido incrementando poco a poco el volumen de sus exportaciones, logrando posicionar al Perú como uno de los principales países productores de café, sobre todo de cafés especiales.

En la provincia de San Ignacio, en el departamento de Cajamarca, la producción de café y, en menor medida, de miel son muy importantes para los pequeños agricultores que viven en los caseríos cercanos a la ciudad; en la cual

---

<sup>1</sup> Véase Remy, María Isabel. Cafetaleros empresarios. En: "Pobreza, desigualdad y desarrollo en el Perú: informe anual 2006-2007". Lima: Oxfam, 2007.

también se encuentran cooperativas y asociaciones de productores cafetaleros y apicultores. Si bien la miel es un producto complementario a otros cultivos, el hecho de que la Municipalidad Ecológica Provincial de San Ignacio haya realizado “Apícola: proyecto de desarrollo San Ignacio”<sup>2</sup>, mediante el cual buscaba fortalecer la competitividad de las cadenas de producción y comercialización de miel en la provincia; muestra que esta actividad productiva está adquiriendo mayor relevancia en la zona.

El tema de investigación desarrollado se enmarcó en este contexto y se centró en la economía familiar de los pequeños agricultores cafetaleros y apicultores de San Ignacio. No obstante, esto podía abordarse a través de distintos enfoques o enfatizando ciertos aspectos; por ello, la formulación de ciertas preguntas -¿cómo se caracterizan las familias dedicadas al cultivo del café y la producción de miel? ¿Cómo se articulan al mercado? ¿Cómo se caracterizan las cadenas de producción y comercialización del café y la miel? ¿Qué actores intervienen en estos procesos?- guiaron la investigación y la orientaron al estudio de las familias dedicadas al cultivo de café y producción de miel, explorando sus lógicas productivas y de consumo; así como las acciones y decisiones que estas toman para alcanzar determinados objetivos, los cuales pueden ser su subsistencia, la acumulación de capital, su reproducción social o algún otro fin definido por las mismas familias.

---

<sup>2</sup> Para mayor información sobre “Apícola: proyecto de desarrollo San Ignacio” visitar la página web de la Municipalidad Ecológica Provincial de San Ignacio: <http://www.munisani Ignacio.gob.pe/apicola/>.

En ese sentido, esta investigación ha buscado articular los distintos aspectos de las familias campesinas, la producción de café y miel, y la articulación al mercado de estas. Por este motivo, fue importante profundizar en el estudio de las mismas y tomar en cuenta la influencia de otros factores como la asociación de las familias a organizaciones de pequeños productores cafetaleros y/o apicultores, el papel que estas desempeñan en los procesos de producción/comercialización del café y la miel, las dinámicas de comercio de estos productos, el discurso en torno a los beneficios del cultivo de productos orgánicos, entre otros.

La tesis desarrollada se enfocó en las familias productoras de café y miel en San Ignacio–Cajamarca y sus estrategias<sup>3</sup>, considerando ambas como el eje central del estudio de la producción y comercialización de café y miel en esta zona. La elección de este caso de estudio respondió a distintos motivos que articulaban intereses, tanto académicos como personales; y que se presentan a continuación.

En primer lugar habría que responder ¿por qué familias de pequeños productores? Mi interés por el estudio de los pequeños productores se debe a que la producción de café es realizada por familias que poseen entre 1 y 10 hectáreas de cultivos, lo cual las define como parte de los pequeños productores que existen a nivel nacional (Eguren, 2002). El énfasis en el estudio de las familias mismas se debe a que la investigación ha buscado explorar todas las dimensiones que las

---

<sup>3</sup> La definición del concepto de estrategia utilizado en la investigación se presenta en el siguiente capítulo.

componen y no limitarse únicamente a la descripción y posterior análisis de las lógicas de producción y comercialización de café y miel; considerando que un estudio completo de la familia es más rico en aportes que solo el énfasis en la producción y los aspectos económicos.

En segundo lugar, ¿por qué producción de café y miel? La elección de ambos productos respondió a las características propias de la provincia de San Ignacio, en donde se cultiva café para exportar y se complementa con la producción de miel<sup>4</sup>. Consideré inicialmente el estudio de la producción de café por la importancia que este producto ha adquirido para la agricultura de exportación del país. No obstante, la presencia de asociaciones de apicultores en San Ignacio y el hecho de que no se haya investigado sobre los productores de miel en el Perú influyeron en la decisión de incorporar a este producto y a las familias de apicultores a la investigación.

En tercer lugar, ¿por qué realizar la investigación en San Ignacio? La elección del lugar de trabajo y del caso de estudio respondió a la falta de investigaciones realizadas en la zona. Si bien para el caso del café sí hay abundante bibliografía, la mayor parte de esta es producto de estudios realizados en la selva central o el sur del país. La región de Cajamarca no ha sido centro de estudio para el tema de la producción de café y mucho menos de miel, pero esto

---

<sup>4</sup> Al respecto es necesario hacer una precisión. La apicultura es una actividad productiva que abarca no solo la producción de miel, sino también de polen, jalea real y propóleo, ya que son productos que se extraen junto con la miel de las colmenas. No obstante, para la selección de los casos de estudio que conformaron la investigación solo se tomó en cuenta la producción de miel de las familias, siendo secundaria la extracción de otros productos.

es necesario si se considera que el café cultivado en San Ignacio es reconocido como uno de los mejores a nivel internacional, y debido a la proliferación de cooperativas y asociaciones, tanto de cafetaleros como de apicultores, en la zona.

Por otro lado, una investigación sobre familias de pequeños productores cafetaleros y apicultores es pertinente si tomamos en cuenta, como ya he señalado, que la mayor parte de la bibliografía disponible se ha centrado en el café como *commodity*, priorizando así la investigación de este y lo que implica su proceso de producción; y solo se han explorado otros actores como las cooperativas y asociaciones. Es necesario, entonces, complementar esta información con una que exponga a los actores más importantes de las cadenas de valor del café y la miel: las familias de productores. No se puede, además, hablar sobre la articulación al mercado de los pequeños productores -la cual ha formado parte de la investigación- sin conocer todos los aspectos de la vida de estos. Por ello, este estudio sobre la economía familiar de los pequeños productores cafetaleros y apicultores ha tomado en cuenta y articulado las dimensiones económica, política, social y cultural de las familias.

Finalmente, la pregunta principal de esta investigación es: ¿cómo se configuran las estrategias de los pequeños productores cafetaleros y apicultores de San Ignacio frente a su propio contexto y su creciente articulación al mercado?

Para responderla consideré necesario recoger información sobre otros aspectos, por lo que establecí cuatro preguntas específicas: ¿cómo son y qué

objetivos establecen las familias dedicadas a la producción de café y miel en San Ignacio? ¿Qué estrategias de producción y reproducción (social) ponen en práctica? ¿Cómo se forman y cuáles son las características de las cadenas productivas y de comercialización de café y miel en San Ignacio? ¿Qué rol desempeñan las cooperativas y asociaciones de cafetaleros y apicultores en la articulación de estos al mercado?

De este modo, la metodología de trabajo, siguiendo un enfoque cualitativo, se diseñó para abarcar cuatro temas: a) las familias de pequeños productores cafetaleros y apicultores, b) la producción y comercialización de café y miel, c) las estrategias familiares, y d) la asociatividad y la articulación al mercado de las familias a cooperativas y asociaciones. En tal sentido, para cada tema y subtemas fueron definidas técnicas para obtener la información requerida, como entrevistas semi-estructuradas, observación directa y observación participante; herramientas - guías de entrevistas y guías de observación- y despliegues visuales como matrices de información, cuadros y gráficos<sup>5</sup>.

El trabajo de campo, que se realizó en el 2011 con 14 familias, 7 dedicadas a la caficultura y 7 que también desarrollaban la apicultura; tuvo una duración de 9 semanas. Comprendió, por una parte, el trabajo con familias a través de entrevistas a profundidad y observación participante, mediante lo cual se recogió información respecto a los procesos productivos de café y miel, la participación de los integrantes de las familias en estas actividades, así como el desarrollo de otras

---

<sup>5</sup> Esta información se encuentra detallada en el Anexo 1: Matriz metodológica.

actividades productivas y los patrones de consumo de las familias y sus integrantes. Por otra parte, debido a que las cooperativas y asociaciones intervienen de manera significativa en la dinámica comercial en la zona, se recogió información a partir de entrevistas y observaciones sobre cinco de estas, los procesos de comercialización, los beneficios que brindan a los socios, entre otros; y se revisó bibliografía sobre las diversas instituciones públicas en San Ignacio que forman parte de las cadenas de valor del café y la miel.

La tesis se encuentra dividida en seis capítulos. El primero –“Estado de la cuestión y marco teórico”– presenta las ideas y argumentos a través de los cuales se ha analizado y sustentado la información recogida durante el trabajo de campo. El segundo, “Contexto general de San Ignacio, incluye una descripción de la zona de trabajo, las características principales y su población. El tercer y el cuarto capítulo –“Producción y comercialización de café en San Ignacio”, y “Producción y comercialización de miel”– describen ambas actividades, los procesos productivos, los actores que intervienen y cómo se desarrollan en San Ignacio. El quinto capítulo trata sobre las familias de pequeños productores en San Ignacio; en él se describen los casos de estudio que formaron parte de este trabajo. El sexto capítulo, “Estrategias familiares de los pequeños productores cafetaleros y apicultores de San Ignacio”, presenta y analiza las estrategias desarrolladas por las familias, y cómo se vinculan con la asociatividad y la articulación al mercado de las mismas. Por último, en las conclusiones se recogen las ideas y evidencias más importantes obtenidas a partir del estudio de estos casos.

## CAPITULO 1

### ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO

#### 1.1. Estado de la cuestión

A continuación presento un balance de los estudios e investigaciones que se han realizado en torno a dos temas que han formado parte de esta investigación: **producción familiar**, dividida en producción de café y producción de miel; y **estrategias familiares**.

##### 1.1.1. Producción familiar

Para hablar de producción familiar es necesario hacer referencia a los estudios sobre la agricultura y la economía campesina, pues el concepto de

producción ha sido definido y trabajado desde distintas perspectivas teóricas y estudios de caso que analizan la economía campesina y sus características. Así, la bibliografía existente es abundante y proviene de distintas disciplinas, como la antropología, la sociología, la economía, la historia, entre otras; sin embargo, para propósitos de esta investigación solo haré referencia al grupo de estudios que he considerado más útil para comprender cómo se ha abordado el estudio de la producción en las familias campesinas en el Perú<sup>6</sup>.

En primer lugar, hay que señalar que un grupo de los estudios sobre la economía campesina en el país surgió durante los años 1970, y se caracterizó principalmente por su enfoque marxista/materialista de la economía, el cual provenía de las ideas desarrolladas por Maurice Godelier sobre el concepto de racionalidad económica. Al respecto, Godelier realiza un análisis del sistema económico, definiéndolo como la combinación de tres estructuras presentes en la sociedad: producción, distribución y consumo. En su libro Racionalidad e irracionalidad de la economía, Godelier realiza un análisis de cada una de estas estructuras. Respecto a la estructura de producción, el autor señala que todo proceso de producción constituye una serie de operaciones que buscan obtener un producto final, el cual se espera que satisfaga las necesidades de la población; y que dichas operaciones son ejecutadas por “unidades de producción”. La familia, la comunidad pueblerina o la empresa industrial son ejemplos de unidades de

---

<sup>6</sup> Un balance sobre los distintos enfoques teóricos en los estudios sobre economía campesina en el Perú puede encontrarse en: Santa Cruz Castillo, Francisco. La economía campesina en la última década. Lima: CEPES, PROAPA, 2002.

producción. Así, se entiende a la familia como una “unidad de producción” perteneciente a la estructura de producción que compone el sistema económico de una sociedad determinada. El análisis presentado por Godelier respecto a cada una de las estructuras que forman el sistema económico es la base para su desarrollo del concepto de racionalidad económica. Al respecto, el autor señala que el comportamiento económico de las personas está caracterizado por poseer múltiples significados y tener funciones distintas, los cuales dependen de las relaciones que existen entre las diferentes estructuras de una sociedad, estructuras económicas y no económicas, es decir, políticas, sociales o culturales (Godelier 1970: 263). Por este motivo, el concepto de racionalidad económica no es absoluto ni universal. En tanto lo racional o irracional varía de acuerdo a cada sociedad, lo que para una puede ser racional en determinado momento puede ser irracional luego; del mismo modo, lo que es racional para una sociedad puede ser irracional para otra y viceversa (Godelier 1981 y 1970).

Por otro lado, tenemos los estudios realizados por Jürgen Golte, quien desarrolla el concepto de racionalidad andina y lo vincula con la idea de adaptación al territorio. Para el autor, la racionalidad implica que las familias deben desarrollar actividades basadas en el trabajo humano y que se encuentran condicionadas por las características geográficas del medio que habitan (los Andes). Esto también sería un factor que condiciona la productividad de las familias (véase Golte 1980).

En segundo lugar, se encuentran los estudios realizados por economistas durante la década de 1980, los cuales analizaban la microeconomía campesina. Entre estos estudios se encuentran los de Adolfo Figueroa y Bruno Kervyn, quienes se enfocaron en el análisis del campesinado y las características de la agricultura en los andes.

Figueroa realizó un estudio de la economía campesina que buscaba llenar el vacío de información que él consideraba que existía en torno al funcionamiento y la dinámica de esta; y el rol que cumplía dentro del sistema económico del Perú en aquel tiempo. Luego de analizar la información que recogió de ocho comunidades en la sierra sur del Perú, Figueroa concluye que la economía campesina se organiza en torno a las familias, que son las unidades de producción y consumo; y se caracteriza por la aversión al riesgo, la estacionalidad de la agricultura, la migración, la participación en mercados de productos y la venta de trabajo familiar. Asimismo, señala que las familias campesinas son pobres pero eficientes, que se encuentran integradas al mercado a través del trabajo asalariado y la venta de algunos productos, y que no existe un exceso de mano de obra en las comunidades campesinas, pues las familias se dedican a diversas actividades (véase Figueroa 1981).

Por otro lado, Kervyn realiza un balance de los estudios que se han realizado sobre la economía campesina en el Perú. En su ensayo, el autor realiza el análisis a partir de cuatro temas: la descripción económica (características de la economía campesina), la lógica de funcionamiento de las economías campesinas,

la dinámica de estas y el cambio tecnológico. Concluye que para comprender cuáles son las características de la agricultura campesina en los Andes deben tenerse en cuenta cuatro elementos: la marginación de la agricultura andina, la organización de los campesinos andinos en comunidades, los factores culturales e históricos y los factores geográficos (Kervyn 1988 y Morlon 1996).

De otro lado, los estudios sobre la macroeconomía de las familias campesinas no solo se enfocaron en el análisis de estas, sino que lo articularon con temas como acceso a mercados, a tierras y recursos, producción agrícola, entre otros. Un ejemplo es la investigación realizada por Efraín Gonzáles de Olarte -En las fronteras del mercado: economía política del campesinado en el Perú- en la cual analiza a la familia campesina como unidad de producción y consumo (microeconomía) en el contexto de la articulación a los mercados regionales y a la economía nacional (macroeconomía). A este enfoque de estudio lo denomina “microeconomía política” de la familia campesino comunera (véase Gonzáles de Olarte 1995).

Respecto al análisis concreto de los sistemas productivos, cabe mencionar la compilación realizada por Pierre Morlon -Comprender la agricultura campesina en los Andes Centrales- en la cual se presentan cuatro artículos que analizan los sistemas de producción de la agricultura y la ganadería en distintas regiones del país (véase Morlon 1996).

La bibliografía existente en torno al tema de la producción agrícola en el Perú permite distinguir hasta cuatro tipos de agricultura, los cuales se diferencian no tanto por los productos que se cultivan/producen; como por los espacios en los que se desarrollan estas agriculturas, quiénes las desarrollan, la tecnología con la que cuentan los agricultores/productores y hacia dónde orientan su producción. Así, se tiene que existe una gran agricultura de exportación, que está compuesta por grandes fundos agroexportadores de espárragos, alcachofas, uvas, entre otros productos; ubicados en los valles de Piura e Ica principalmente<sup>7</sup>. Por otro lado, la agricultura comercial de mediana escala tiene como objetivo la producción para el consumo interno y para la exportación a ciertos mercados internacionales de productos tradicionales<sup>8</sup>. En tercer lugar, la pequeña agricultura comercial, que comparte las características ya señaladas, además, se caracteriza por la producción para un mercado especializado; sin dejar de lado la producción para el autoconsumo de la familia. Finalmente, se encuentra la agricultura campesina que se caracteriza por la producción para asegurar la subsistencia de la familia y, en menor medida, para el mercado. Cabe resaltar que la agricultura campesina y la pequeña agricultura comercial comparten una característica: ambas pueden articularse a cooperativas y asociaciones, a través de las cuales logran una mejor inserción al mercado.

---

<sup>7</sup> Para mayor información sobre el sector agroindustrial, la agricultura para la exportación en el Perú y sus características, véase Elías Minaya 1995; PLADES, 2000; Valcárcel, 2002 y 2003; FEPROMU, 2007; Gómez, 2008; y Flores Mego y Calisaya, 2008.

<sup>8</sup> Ejemplos de productos tradicionales son la papa, el arroz, el algodón, las frutas como piña, mango, mandarina, etc.

#### 1.1.1.1. Café

Entre los diversos estudios que se han realizado sobre el café y su producción en el Perú podemos mencionar los de Carlos Barrenechea (1986), Pilar Castro et al. (2004), Mariana Llona (2005), María Isabel Remy (2007a y 2007b), Charles de Weck (2007), Paola Barriga (2009) y Karissa Becerra (2010).

Adicionalmente, hay estudios sobre el café que analizan el desarrollo histórico de la producción y consumo en América Latina y Europa, a partir de las asimetrías que surgen en torno a la comercialización de esta mercancía, las relaciones de poder entre los distintos actores de la cadena productiva y distributiva, la ocupación del espacio y la propiedad de la tierra, la aparición de mercados especiales, entre otros (véase Gudmundson 1995, Roseberry 1996 y Clarence-Smith 2003).

En esa línea se encuentran los informes de Oxfam International sobre la producción de café a nivel mundial. Estos problematizan la articulación de los productores de café al mercado mundial a través del análisis de las cadenas de valor, las diferencias entre los pequeños productores y las grandes empresas tostadoras y comercializadoras, y la aparición de mercados especiales de café (Oxfam GB 2001). Así mismo, sus investigaciones sobre café (comercio y cadenas productivas) han enfatizado la situación de pobreza que caracteriza a los pequeños productores de café en el mundo, a partir de la caída de los precios a

nivel internacional. Estos informes también han abordado los principales problemas respecto a dicho cultivo: las diferencias existentes entre los actores de las cadenas productivas, la disminución en el precio del café a nivel internacional, la necesidad de un equilibrio entre la oferta y la demanda, entre otros.

El aporte de los informes de Oxfam radica en la información que brindan respecto a las condiciones de los pequeños productores cafetaleros en distintas partes del mundo. Debido a que casi la totalidad de la producción de café en San Ignacio se destina para la exportación, muchas de estas condiciones pueden ser identificadas en la zona y en las familias de pequeños productores cafetaleros.

Por ejemplo, en un estudio de Intermón Oxfam se desarrolló a profundidad el tema del acceso de los pequeños agricultores al mercado y se señaló que la adecuada inclusión de estos dependía de las reglas de juego que se establezcan en los países. En ese sentido, son los Estados los que deben encargarse de asegurar que no se vulneren los derechos laborales de los trabajadores, de que los intermediarios no abusen de estos con precios mínimos para los productos, y de proveer la infraestructura adecuada para la producción y comercialización, entre otros.

Respecto a los estudios sobre la producción de café en el Perú, los distintos autores coinciden en señalar que es una actividad realizada principalmente por pequeños productores<sup>9</sup> que tienen sus cultivos en las zonas de selva alta o ceja

---

<sup>9</sup> De acuerdo a Remy, el 85% de los productores de café a nivel nacional tienen entre 0,5 y 5 ha, lo que los convierte en pequeños productores (2007b, 18).

de selva<sup>10</sup>, y que las cooperativas cafetaleras han adquirido una considerable importancia, pues los productores consideran que la asociación a una de estas les brinda la oportunidad de acceder a un mejor precio por el café y a las distintas certificaciones de cafés especiales (véase Llona 2005; Remy 2007a y 2007b, De Weck 2007 y Barriga 2009).

Cabe resaltar que no se ha encontrado ninguna investigación que aborde directamente el tema de la producción familiar de café, ni tampoco estudios sobre la producción de café en San Ignacio, a diferencia de la producción en la selva central, para la cual sí se cuenta con estudios de caso (Llona, 2005 y Barriga, 2009).

#### 1.1.1.2. Miel

Respecto a la apicultura, existe un gran vacío de información en torno a esta actividad productiva<sup>11</sup>. Los estudios sobre la misma son escasos, encontrándose solo el de Amadeo Caballero (2006) para el caso peruano, y el de Margarita González y Amada Rubio (2010) para el caso de producción de miel en México<sup>12</sup>.

---

<sup>10</sup> Se cultiva café en 11 departamentos del país, siendo Junín (26%), Cajamarca (23%) y San Martín (20%) los que concentran más del 60% de la producción total de café.

<sup>11</sup> La bibliografía existente sobre apicultura consiste, básicamente, en manuales técnicos para mejorar la productividad más que en estudios que analicen el proceso productivo u otros temas como en el caso del café.

<sup>12</sup> La escasez de investigaciones en torno a esta actividad puede deberse a que es considerada como una actividad productiva complementaria, que se desarrolla junto con otras, y que se encuentra poco extendida en el país.

En su artículo, Amadeo Caballero describe las características de esta actividad y brinda información general respecto a la producción de miel en el país. Señala que en el Perú hay cerca de 18,500 apicultores y que la producción nacional de miel, que solía dirigirse únicamente al mercado interno, ahora se exporta a diferentes países (2006: 89).

Por otro lado, Margarita González y Amada Rubio en Apicultura y organizaciones de apicultores entre los Mayas de Yucatán, señalan que para el caso de México, la apicultura constituye una actividad complementaria a otras, pero preferible en tanto es menos riesgosa y permite la diversificación de la unidad de producción familiar. Las autoras también señalan la importancia que las cooperativas y organizaciones de apicultores han adquirido<sup>13</sup> y hacen visibles los problemas por los que también atraviesan estos productores: la dependencia hacia los grandes exportadores o “brokers”, que son los que manejan el comercio exterior y los precios que se le asigna a la miel que producen<sup>14</sup>.

### 1.1.2. Estrategias familiares

A partir de mediados de la década de los 70, muchas investigaciones que tenían como sujeto de estudio a las familias optaron por enfoques y teorías estructurales que estudiaran su reproducción a partir de las condiciones materiales

---

<sup>13</sup> Al igual que con el café, los productores de miel o apicultores encuentran en las asociaciones y organizaciones una alternativa para mejorar sus condiciones de producción y venta.

<sup>14</sup> Ocurre lo que autores como Annelies Zoomers (1998) han señalado para el caso de las familias campesinas: estas no tienen injerencia en los precios de venta de los productos que cultivan y/o producen. Por este motivo, las familias realizan distintas actividades que les aseguran los ingresos que necesitan.

de vida. El concepto de estrategias familiares tomó mucha fuerza durante este periodo, pues permitía analizar el conjunto de actividades económicas que realizaban los miembros de la familia en su búsqueda por alcanzar una mejor calidad de vida (García y Oliveira 2006).

En ese contexto surgió en distintas investigaciones, que se centraban en el estudio de las economías campesinas, el concepto de estrategias, al tomarse en cuenta que las familias desplegaban distintos mecanismos para enfrentar las dificultades que se presentaban en el desarrollo de sus actividades productivas. Se hablaba en aquel momento de estrategias de sobrevivencia de las familias campesinas (véase Diana Deere 1992).

En Casa chacra y dinero: economías domésticas y ecología en los Andes, Enrique Mayer afirma que así como el concepto de estrategias surgió a partir de los estudios sobre poblaciones campesinas, este no se limitó a dicho ámbito; sino que se realizaron investigaciones que analizaban las estrategias de sobrevivencia en las familias de sectores informales urbanos (véase Mayer 2004).

Más adelante, en la década de los 80, las teorías y metodologías de las ciencias sociales incorporaron en los estudios sobre pobreza y desarrollo temas como empoderamiento, capital social, democratización, gobernanza, entre otros, con el objetivo de reconocer la perspectiva de los actores y fortalecer la participación de los mismos, a partir de las ideas desarrolladas por Amartya Sen (véase Niederle 2008).

El artículo escrito por Paulo André Niederle –Diversificación de los medios de vida y acceso a actores y activos: un abordaje sobre la dinámica de desarrollo local de la agricultura familiar<sup>15</sup>– forma parte de los diversos estudios acerca del desarrollo en familias dedicadas a la agricultura. En el contexto del análisis de estas y su accionar frente a una situación de pobreza y vulnerabilidad, Niederle retoma el concepto de estrategia trabajado por Frank Ellis y señala dos grandes distinciones en torno a dicho concepto. Por un lado, las estrategias pueden ser relativas, es decir, en algunos casos surgen para asegurar la sobrevivencia de la familia en contextos de vulnerabilidad, por lo que son construidas como respuesta a crisis y choques (sequías, inundaciones, entre otros). Por otro lado, también pueden ser adaptativas, es decir, son acciones que buscan garantizar cierta estabilidad y prevenir las consecuencias negativas de las crisis que puedan producirse (Niederle 2008).

Finalmente, en el marco de las investigaciones sobre el desarrollo, Annelies Zoomers realiza un extenso análisis del concepto de estrategias<sup>16</sup> entre las familias pertenecientes a cuatro comunidades campesinas en Bolivia; definiendo estrategias campesinas como:

---

<sup>15</sup> Originalmente en portugués: “Diversificação dos meios de vida e acesso a atores e ativos: uma abordagem sobre a dinâmica de desenvolvimento local da agricultura familiar”. En: *Cuadernos de Desarrollo Rural*, No 61, julio 2008, p. 41-69.

<sup>16</sup> Al igual que Niederle, Zoomers establece dos paradigmas de estrategias. Por un lado se encontrarían las estrategias de adaptación y estrategias de emergencia, siendo la primera definida como el accionar deliberado para prevenir fracasos en el flujo de ingresos individuales; y la segunda como “...la respuesta involuntaria frente al desastre o frente al fracaso no calculado en las principales fuentes de sobrevivencia” (Zoomers 2002: 31).

*[...] el modo en que las familias responden frente a oportunidades y limitaciones, organizando sus recursos disponibles en base a prioridades determinadas de antemano y frente a oportunidades y/o limitaciones creadas por el contexto externo (situación agroecológica, acceso al mercado, infraestructura, y grado de organización) y a la disponibilidad de recursos a nivel familiar (fuerza de trabajo, tierra, agua, ganado, capital), lo que resulta en una cierta combinación y secuencia de prácticas interrelacionadas. (1998: 36)*

Así mismo, la autora establece ciertas características para este concepto y señala los factores que influyen en su configuración. Estos últimos, junto con la definición de estrategias, son producto del análisis de los distintos modos de vida de las familias campesinas.

El estudio que Zoomers realizó en las comunidades campesinas de Bolivia es importante en tanto logró establecer una tipología de estrategias, la cual ha sido utilizada por otros investigadores en posteriores trabajos, como es el caso de Nathalie Koc (2001) y Marco Aurelio Lozano (2006a). Por ejemplo, la investigación que realizó Koc incorporó el concepto de estrategias campesinas elaborado por Zoomers en el análisis de las transformaciones que sufre una comunidad campesina de Huancavelica a partir del trabajo de los comuneros en una mina. Por otro lado, la investigación realizada por Marco Aurelio Lozano recoge este concepto para el análisis de la reproducción social y producción en familias aymaras de Puno. De este modo, los hallazgos de la investigación realizada por Zoomers pueden ser aplicados en otros contextos y casos que buscan profundizar en el estudio de las estrategias de las familias campesinas.

Respecto a la definición de estrategia, cabe resaltar que existe una diferencia entre lo que propone Paulo André Niederle y lo que señala Zoomers. Para el primero, el concepto de estrategia no puede desligarse de la idea de “agencia”, propuesta por Anthony Giddens, en tanto que las estrategias de las familias dependen de su capacidad como agentes –entendiendo esto a partir de la posesión de activos–, es decir, de la posibilidad que tienen para intervenir y no estar supeditados únicamente al contexto en el que se encuentran. Para Zoomers, las estrategias consisten en prácticas o actividades interrelacionadas que se configuran a partir de las prioridades establecidas por las familias, el contexto externo y la disponibilidad de recursos con los que cuentan.

Hasta aquí he presentado y explicado los estudios sobre producción familiar de café y miel, así como los distintos enfoques en las ciencias sociales respecto a la noción de estrategias y cómo se articulan con otros temas. Con este balance he buscado señalar las ideas más importantes e influyentes respecto al estudio de la producción cafetalera, apícola y en torno a las estrategias de las familias campesinas.

## 1.2. Marco teórico

En el estado de la cuestión se presentaron dos grandes temas: **producción familiar de café y miel, y estrategias campesinas**. A continuación desarrollo a

profundidad ambos temas e incluyo los estudios sobre **familias campesinas** y **articulación al mercado**. Esto permitirá identificar cuáles han sido las ideas que han guiado esta investigación y los conceptos más importantes para el tema general.

### 1.2.1. Familias campesinas - pequeños productores

Tomando en cuenta que los pequeños productores cafetaleros y apicultores de San Ignacio han sido el sujeto de estudio de esta tesis, considero necesario explicar qué se entiende por “**pequeño productor/ agricultor**” y cómo se enlaza este concepto con el de familia campesina. Para esto me he basado en la conceptualización que hacen Carolina Trivelli, Javier Escobal y Bruno Revesz al respecto.

Para estos autores, los pequeños productores son “[...] unidades que basan su producción fundamentalmente en la mano de obra familiar y que dirigen una parte importante de ella hacia el mercado” (Trivelli, et al. 2006: 13). Esta definición se adecua al enfoque de esta investigación, pues uno de los objetivos planteado es el análisis de la articulación de los pequeños productores cafetaleros y apicultores al mercado. Tomando en cuenta que aproximadamente el 90% de la producción de café a nivel nacional se destina para la exportación, puede señalarse que se trata del desarrollo de una agricultura altamente comercial. Por este motivo, los autores afirman que “el segmento de [pequeños] productores es el

que más probabilidades tiene de desarrollarse en el marco de una economía de mercado” (2006:14).

Hay un punto más que debe destacarse respecto a la definición de Trivelli, Escobal y Revesz, y es que los pequeños productores utilizan la mano de obra familiar para su producción. De este modo, el concepto de unidad familiar adquiere relevancia, pues esta constituye una parte fundamental de lo que entendemos por pequeña agricultura comercial. Son las familias las que proveen, tal como señalan los autores, la mano de obra para la producción de determinados cultivos.

Dado que la noción de pequeña agricultura está enlazada con el concepto de **familia campesina**, es preciso señalar sus características y cómo se define, ya que esto permitirá la mejor comprensión del sujeto de estudio y la importancia que adquiere en el contexto de la producción cafetalera y apícola en San Ignacio. Así mismo, también es importante señalar en qué se diferencia el concepto de familia campesina del de pequeño productor.

Gonzáles de Olarte (1995) establece en su libro una diferencia entre campesinos individuales y campesinos comuneros<sup>17</sup>. Así mismo, define a la **familia** (nuclear) como la unidad de producción, reproducción, y consumo<sup>18</sup>; la cual tiene como principal recurso su propia fuerza de trabajo y se caracteriza

---

<sup>17</sup> Para propósitos de esta investigación se tomaron en cuenta sus ideas en torno a los campesinos individuales, aunque como él mismo señala, muchas de estas fueron pensadas desde y también se aplican a los campesinos comuneros.

<sup>18</sup> En el caso de San Ignacio, las familias que se dedican a la producción de café y miel no son únicamente familias nucleares. La composición y extensión familiar varían de acuerdo a cada caso.

porque su principal objetivo es la subsistencia y la reproducción (social) de la familia<sup>19</sup>.

Por ello, las familias dedicadas al cultivo de café y producción de miel en San Ignacio han sido estudiadas en tanto son unidades de producción, reproducción y consumo; a partir de lo cual trazan sus objetivos a pequeño, mediano y largo plazo; y establecen lógicas de producción para asegurar su subsistencia y articularse con el mercado del café y la miel.

Asimismo, también es necesario tomar en cuenta lo propuesto por Enrique Mayer<sup>20</sup> respecto a la familia campesina como unidad de producción, reproducción y consumo. Si bien Mayer no hace un análisis explícito sobre la familia, más bien su objeto de estudio es la unidad doméstica<sup>21</sup>, sí aborda estas dimensiones. Al respecto señala que existen cuatro modelos de aproximación a la unidad doméstica como unidad económica: a) el “modelo caja negra”, b) el “modelo parentesco”, c) el “modelo casa”, y d) el “modelo de la decisión racional”; y que cada uno de estos enfatiza algunas características de la unidad doméstica, pero deja de lado otras (2004: 25).

Respecto a la diferencia entre familia campesina y pequeño productor, es útil la definición del primer concepto propuesto por Nathalie Koc. De acuerdo a la

---

<sup>19</sup> Con reproducción de la familia nos referimos no solo al crecimiento o cambio en la estructura familiar, sino a las estrategias que las familias crean para mejorar la calidad de vida de sus integrantes. Esto suele conseguirse a través de la educación o el trabajo remunerado.

<sup>20</sup> Véase *Casa, chacra y dinero: economías domésticas y ecología en los Andes*. Lima: IEP, 2004.

<sup>21</sup> En realidad Mayer cuestiona el concepto de unidad doméstica y propone el análisis de los tres elementos que la componen: el hogar, el campo (chacra) y el dinero.

autora, la familia campesina es la unidad básica de producción y consumo, y se caracteriza porque una parte de su producción se orienta al autoconsumo, mientras que la otra a la venta. A partir de esto es que las familias reciben ingresos monetarios que luego emplean de acuerdo a sus objetivos y necesidades (2001: V-VI)<sup>22</sup>.

Si entendemos de ese modo a la familia campesina, queda claro que difiere del concepto de pequeño productor en tanto este último remite necesariamente a la idea de una producción destinada en su mayoría el mercado. Además, las familias campesinas se caracterizan no solo por realizar una producción que sirve para el autoconsumo familiar y la venta en el mercado, sino que también combinan distintas actividades productivas. Esto no necesariamente ocurre con los pequeños productores agrícolas, quienes principalmente se dedican a una sola actividad productiva y al cultivo de un producto para el mercado.

¿Qué entendemos entonces por pequeños productores? Se trata de familias que combinan dos o más actividades productivas, en este caso producción de café con apicultura, destinando la mayor parte de su producción a la venta, por lo que privilegian una lógica de articulación al mercado sobre la lógica campesina de autoconsumo y subsistencia. No obstante, se caracterizan por una producción a baja escala, combinando técnicas tradicionales con nuevas

---

<sup>22</sup> Para mayor detalle véase Minería, economía y racionalidad: transformaciones en la comunidad campesina de Huachocolpa, Huancavelica-Perú. Lima: Tesis de Licenciatura con Mención en Antropología. Facultad de Ciencias Sociales, PUCP, 2001.

tecnologías; y articulándose con distintas organizaciones como cooperativas y asociaciones de productores.

### 1.2.2. Producción familiar de café y miel

El análisis sobre producción familiar de café y miel tiene como eje central a las familias de pequeños productores. En el estado de la cuestión se hizo mención a las investigaciones que han abordado estos temas y cómo podían aportar a esta tesis. A partir de lo que he explicado, puedo afirmar que el estudio sobre familias de pequeños productores exige que se tomen en cuenta tres aspectos: la producción, la reproducción y el consumo.

Respecto a la producción, como muchos autores han señalado (véase Gonzáles de Olarte 1995, Mayer 2004 y Narotzky 2004), la familia o unidad doméstica, dependiendo del autor, distribuye sus actividades para llevar a cabo dos procesos productivos: la producción para el autoconsumo y la producción para la venta. De cierto modo, los pequeños productores continúan reproduciendo la lógica campesina de producción para el autoconsumo al cultivar otros productos menores que aseguren la subsistencia familiar.

Como ya he señalado, en San Ignacio la actividad productiva principal es la agricultura, a través del cultivo del café para la venta; pero los productores de café también se dedican a la apicultura.

Por otro lado, la producción de café y miel se complementa con otras actividades como la venta de alimentos, la migración a otras ciudades, la venta de la fuerza de trabajo, entre otros. Esto también ha sido señalado por Gonzáles de Olarte como parte de las características de la economía campesina. De acuerdo al autor, los campesinos diversifican sus actividades, es decir, no se produce una sobre-especialización; y estos pasan por un proceso de asalaramiento. Todo esto apunta a asegurar el ingreso de dinero para satisfacer las necesidades de consumo de la familia.

Respecto a la idea de consumo, Naratzky señala que este es la motivación de los procesos económicos, así como el resultado de los mismos; existiendo una diferencia entre “consumo productivo” (el uso de bienes y servicios para producir otros bienes y servicios) y “consumo personal” (el uso de bienes y servicios para mantenerse y reproducirse socialmente) (2004: 146-152).

En cuanto a la idea de reproducción social, he considerado la definición de Naratzky: “...la reproducción de las condiciones de producción social en su totalidad” (2004: 227). Así, nos referiremos a la reproducción social de las familias, entendiéndola como el mantenimiento de las condiciones que estas necesitan para asegurar su crecimiento y desarrollo.

Finalmente, el análisis de la producción familiar de café y miel debe considerar el lugar en donde se desarrollan estas actividades; ya que las

características geográficas, climáticas y medioambientales de la zona influyen en la producción agrícola (Rengifo 1993, Recharte 1981 y 1982).

### 1.2.3. Articulación al mercado

Para comprender la actual integración de las familias campesinas y los pequeños productores de café y miel al mercado debemos tomar en cuenta los postulados más clásicos respecto a las sociedades denominadas tradicionales, pues constituyen la base para el estudio de lo económico<sup>23</sup> y el lugar del mercado en los sistemas de producción.

Es necesario resaltar que cuando se habla de la inserción o la articulación de los pequeños productores cafetaleros y apicultores al mercado se hace referencia al concepto abstracto de mercado y no al espacio físico. Esta distinción ya ha sido realizada por Polanyi, Paul Bohannan y Dalton, de acuerdo a Narotzky (2004). Así, lo que interesa analizar es la inserción a los mercados del café y la miel, entendiéndolos como los espacios a los cuales acceden en mayor o menor medida los productores para la comercialización de sus productos. Debemos considerar, además, que para ambos mercados se determinan los precios de trabajo, recursos y productos de acuerdo al juego de la oferta y la demanda (Narotzky 2004: 82).

---

<sup>23</sup> El objeto de estudio de la antropología económica ha sido ampliamente debatido, así como lo que se entiende por “económico”. Para conocer las principales perspectivas teóricas y los temas abordados en los diversos estudios de antropología económica, véase Herskovits 1954, Dalton 1971, Godelier 1981, Plattner 1991, Gudeman 2001 y Narotzky 2004.

La articulación al mercado de las familias campesinas o de los pequeños productores ha sido abordada desde distintos enfoques: económicos, sociológicos y antropológicos. El desarrollo de cada uno de estos enfoques en esta investigación no ha sido posible, porque escapaba al propósito de la misma. Por este motivo, solo haré referencia a las investigaciones consideradas pertinentes para el análisis de la articulación al mercado de los pequeños productores cafetaleros y apicultores, tomando en cuenta principalmente los estudios realizados desde la antropología.

Otro aporte de Narotzky para el análisis de esta investigación es la conceptualización que realiza sobre el término “circulación”. Este concepto, señala la autora, permite que se estudien las cadenas de transacciones, pero en este caso podría aplicarse a las cadenas de producción y comercialización o distribución del café y la miel.

Finalmente, si bien he considerado las distinciones que se han realizado en torno al concepto de “mercado”, para la investigación se tomó en cuenta que “la articulación al mercado” puede ser una estrategia más que las familias de pequeños productores despliegan para alcanzar las prioridades que han establecido. No obstante, el hecho de que existan mercados fijadores de precios supone una mayor dificultad para los pequeños productores, pues tienen una limitada posibilidad de incidir o influir en la determinación de los precios de los productos (Diez 2007: 210). Esta imposibilidad de incidir en los precios es lo que

impulsa a los pequeños productores a buscar alternativas para asegurar su subsistencia y reproducción social.

Considerando lo antes señalado, cabe preguntarse ¿qué ocurre con los pequeños productores cafetaleros de San Ignacio? ¿Qué pasa con las familias dedicadas a la apicultura? Aventurándome a ofrecer algunas respuestas iniciales, podría señalar que la asociatividad se presenta como una buena opción para los productores, ya que las organizaciones les permiten una mayor participación en la cadena al reducir a los intermediarios. Así mismo, la pertenencia a una cooperativa o asociación facilita que se cubra el costo de las certificaciones de café, las cuales brindan a los productores la opción de acceder a los mercados de cafés especiales.

#### 1.2.4. Estrategias familiares

Un aspecto central de la investigación es el análisis de las **“estrategias”**<sup>24</sup> que las familias de pequeños productores –cafetaleros y apicultores– realizan de acuerdo a los objetivos que desean alcanzar y en función a los medios con los que cuentan. Ambos, objetivos y medios, son determinados por el contexto particular de cada familia dedicada a la producción de café y miel en San Ignacio; pero también de acuerdo al contexto local más amplio, es decir, a las condiciones de

---

<sup>24</sup> Debemos tomar en cuenta que si bien la articulación al mercado es considerada como una estrategia de las familias campesinas de pequeños productores, la conceptualización de esta es más compleja y exige que se tomen en cuenta otros aspectos, motivo por el cual no será desarrollada en esta parte.

producción de café y miel en la provincia, las cuales son determinadas por factores climáticos, geográficos, económicos, entre otros. En ese sentido, decidí retomar la conceptualización de Annelies Zoomers, pues considero que lo propuesto por la autora ayuda a establecer con claridad qué son las estrategias, cómo se definen y cómo cambian.

En el marco de los diversos estudios acerca de la economía campesina en zonas rurales, Zoomers desarrolla el concepto de estrategia campesina en dos investigaciones<sup>25</sup>, definiéndola como "...“la manera en que las familias manejan las oportunidades y limitaciones”, o, más específicamente, “la manera en que las familias responden al cambio resultante de la relocalización de recursos de tierra, trabajo y capital” [...]. Las estrategias de vida dependen en gran medida de los objetivos y prioridades de los hogares campesinos” (2002: 30, 70).

Esto quiere decir que las estrategias de vida de las familias campesinas dependen del contexto externo –situación agroecológica, acceso a mercados, infraestructura, etc.–, de la disponibilidad de recursos como tierra, capital y trabajo, y, principalmente, de los objetivos y prioridades familiares; es decir, de la situación al interior de las familias.

Tomando en cuenta lo señalado, ¿cómo se caracterizarían las estrategias familiares? De acuerdo a Zoomers, estas son variables, dinámicas,

---

<sup>25</sup> “Vinculando estrategias campesinas al desarrollo: experiencias en los andes bolivianos”. La Paz: Plural Editores, 2002.

“Estrategias campesinas en el Surandino de Bolivia: intervenciones y desarrollo rural en el norte de Chuquisaca y Potosí”. La Paz: CEDLA, 1998.

multidimensionales y con una gran capacidad de flexibilidad. También son **heterogéneas**, ya que se definen de acuerdo a los modos de producción, los sistemas agrícolas y los tipos de organización. Son **diversas**, porque las poblaciones tienden a realizar varias actividades (pluriactividad); son **interdependientes**, debido a que lo que ocurre con una actividad influye en las otras; y, finalmente, las estrategias también se vinculan con el **riesgo y la inseguridad**, es decir, buscan disminuir los riesgos propios del desarrollo de las actividades agrícolas.

Si bien Zoomers señala que las estrategias campesinas dependen del contexto de cada familia, la autora identifica **cuatro tipos de estrategias**, que le sirven –en el desarrollo de su investigación– como pautas para clasificar a las familias campesinas de acuerdo a lo que cada una decide priorizar.

Un primer tipo son las **estrategias de acumulación**, “[que] implican establecer una base mínima de recursos y prepararse para la expansión futura” (2002: 76). Esto se consigue a través de la migración de los miembros de la familia, la adquisición de tierras y el reclutamiento de trabajo, es decir, la búsqueda de trabajo recíproco (minka y ayni) y no solo el trabajo familiar.

Un segundo tipo son las **estrategias de consolidación y estabilización**, definidas como las inversiones que realiza la familia para mantener un mismo nivel de bienestar y mejorar la calidad de vida; las cuales se logran a través de la

adquisición de más tierras, la inversión en educación, el consumo de ciertos artículos considerados de lujo y la adquisición de otras propiedades (2002: 77-78).

Por otro lado, las **estrategias compensatorias y de sobrevivencia** se presentan, generalmente, entre campesinos pobres, y lo que buscan es que se supere la situación de vulnerabilidad de la familia o sobrevivir a las condiciones precarias en las que esta pueda encontrarse. Esto se logra a través de la migración, el ahorro, la venta de tierras, ganado y otros activos; el préstamo de dinero y el apoyo por parte de agentes externos a la familia.

Finalmente, las **estrategias de seguridad y reducción de riesgos** consisten en las acciones que las familias toman para minimizar los riesgos negativos de la producción en zonas andinas. Se consigue a través de la diversificación de la producción y de los cultivos, la aparcería, el ahorro de dinero y la acumulación de tierras, bienes, ganado, etc.

La importancia de esta tipología radica en que permite identificar las distintas características de los tipos de estrategias, ayuda a diferenciar las acciones que realizan las familias campesinas, y contribuye a comprender mejor por qué estas optan por ciertas estrategias sobre otras.

Entonces, ¿qué se entiende por estrategias familiares? Son las decisiones y acciones que los pequeños productores realizan en función a las oportunidades con las que cuentan y las limitaciones que enfrentan, a partir del contexto externo y la disponibilidad de recursos a nivel familiar.

¿Y cómo cambian las estrategias? Las diferencias entre las distintas acciones que las familias desarrollan se deben a las variaciones en el modo de vida de las mismas familias. Como señalé en párrafos anteriores, las estrategias cambian de acuerdo al contexto familiar. No obstante, existen algunos factores que inducen al cambio de estrategias dentro de una misma familia. Esto puede producirse por modificaciones en la dinámica interna de esta, el acceso a nueva información y cambios tecnológicos, modificaciones en el contexto de producción, en la composición y estructura familiar, entre otros.



## CAPÍTULO 2

### CONTEXTO GENERAL DE SAN IGNACIO

#### 2.1. Provincia de San Ignacio

La provincia de San Ignacio se encuentra ubicada al nororiente de la región Cajamarca. Limita con Ecuador por el norte, con la provincia de Huancabamba, Piura, por el oeste; con la provincia de Bagua, Amazonas, por el este; y con la provincia de Jaén, Cajamarca, por el sur.

La provincia se encuentra atravesada por el río Chinchipe, el cual nace al sur de Ecuador y se prolonga hasta alcanzar el río Marañón.

**Mapa N° 1: Departamento de Cajamarca**

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.*

## Mapa N° 2: Provincia de San Ignacio



Fuente: Página de internet de la Municipalidad Provincial de San Ignacio.

La provincia de San Ignacio fue creada oficialmente en 1965, siendo este también el año en el cual se le adjudicaron los siete distritos que ahora la conforman; algunos que, como Tabaconas y Chirinos, habían pertenecido desde su fundación a la provincia de Jaén (Regan, S.J. 2001: 51).

Actualmente, San Ignacio se divide políticamente en los siguientes distritos: Chirinos, Huarango, La Coipa, Namballe, San Ignacio, San José de Lourdes y

Tabaconas; los que se ubican en tres zonas altitudinales que van desde los 500 m.s.n.m. a 1200 m.s.n.m. en la parte baja, 1200 m.s.n.m. a 2000 m.s.n.m. en la parte media y 2000 m.s.n.m. a 3800 m.s.n.m. en la parte alta. Las tres partes se ubican en la zona de selva alta, comúnmente denominada “ceja de selva”; por lo que el clima en las partes bajas y medias es bastante cálido (25°C-30°C) y con época de lluvias intensas entre enero y abril. Estas zonas, además, se caracterizan por tener una geografía con pendientes y áreas montañosas bastante extensas.

La geografía de la provincia es bastante diferenciada, caracterizándose la zona baja por ser apta para la producción de arroz; la parte media por ser la zona predominante en cultivo de café, y la parte alta, debido a su geografía accidentada y a las altas montañas, se encuentra menos poblada y con extensiones mucho menores de cultivos.

De acuerdo al Censo Nacional XI de Población y VI de Vivienda del año 2007, la población total de la provincia es de 131,239 habitantes, con 110,635 (84.30%) viviendo en áreas rurales y 20,604 (15.70%) en áreas urbanas. Así mismo, el 47% de la población son mujeres y el 53% hombres. De los siete distritos que componen la provincia, el de San Ignacio es el que cuenta con mayor población: 32,313 habitantes, aproximadamente la cuarta parte de la población

total de la provincia<sup>26</sup>; y el distrito de Namballe es el de menor población con 10,200 habitantes.

El patrón de mayor población asentada en zona rural y menor población en zona urbana se observa también a nivel de los distritos, incluso en la capital. Así mismo, de acuerdo al censo del año 2007, el 80% de la población es de origen migrante, principalmente de las provincias de Ayabaca y Huancabamba en Piura, y en menor medida de Chota y Cutervo<sup>27</sup> en Cajamarca.

En los distritos de Huarango y San José de Lourdes, divididos por el río Chinchipe, se encuentran dos comunidades indígenas tituladas<sup>28</sup>: Supayacu y Los Naranjos. La comunidad nativa de Supayacu está ubicada en el distrito de Huarango e incluye como anexos a las siguientes comunidades: Yamaquey, Nuevo Kunchin, Suwa, Chingozales y Valencia. Los Naranjos se encuentra en el distrito de San José de Lourdes y sus anexos son las comunidades nativas de Alto Naranjo, Santa Agueda y Nueva Kucha.

Así mismo, en los distritos de Tabaconas y Namballe se encuentra ubicado el Santuario Nacional Tabaconas Namballe (SNTN)<sup>29</sup>, el cual fue establecido el 20

---

<sup>26</sup> Información extraída de la página web del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) <http://www.inei.gob.pe/>.

<sup>27</sup> De acuerdo a Jaime Regan, es a partir de 1941 que se produce una gran migración de pobladores de Ayabaca y Huancabamba hacia la provincia de San Ignacio, a través de la vía de Tabaconas (2001: 50).

<sup>28</sup> La información sobre las comunidades indígenas tituladas y reconocidas fue obtenida en una entrevista realizada al señor Félix Taki Bazán, representante indígena de la UGEL, durante el trabajo de campo realizado en enero por el Taller de Amazonía. En esta entrevista también se señaló la existencia real de 15 comunidades, aunque solo 10 son reconocidas oficialmente, habiendo siendo creadas recientemente las otras 5.

<sup>29</sup> El Santuario tiene por objetivos la conservación de las distintas especies de flora y fauna del ecosistema de páramo propio de la zona, protección de especies en vías de extinción y conservación de los recursos hídricos.

de mayo de 1988 mediante el Decreto Supremo N° 051-88-AG, y que actualmente comprende un área total de 32,124.87 hectáreas.

El acceso a la provincia se realiza por la ruta Chiclayo-Jaén-San Ignacio. El viaje de Chiclayo a Jaén dura 9 horas aproximadamente, y a la ciudad de San Ignacio 3 horas más, yendo por carretera afirmada. La comunicación con los distritos de Tabaconas, La Coipa y Chirinos se hace a través de la misma carretera que comunica la provincia de Jaén con San Ignacio. La carretera a Jaén también es la ruta de acceso para llegar a los distritos de San José de Lourdes y Huarango, aunque para ambos es necesario cruzar el río Chinchipe en “huaro”<sup>30</sup>. Desde la ciudad de San Ignacio también sale la carretera que conduce al distrito de Namballe y a la frontera con Ecuador, a la cual se llega en 3 horas en auto. Aparte de estas dos carreteras afirmadas, las vías de comunicación al interior de los diferentes distritos y con la ciudad de San Ignacio son trochas carrozables. Debido a la disposición e infraestructura de las vías de comunicación, San Ignacio tiene una fuerte dependencia económica y comercial hacia la ciudad de Jaén<sup>31</sup>.

Respecto a los medios de comunicación, San Ignacio cuenta con seis emisoras radiales que se transmiten en frecuencias de onda corta y larga. Una de las emisoras más importante es Radio Diplomat, de propiedad de la Municipalidad

---

Debido a esto y a la gran importancia biológica y ecosistémica del SNTN, se han diseñado y ejecutado distintos proyectos involucrando a las comunidades asentadas en las zonas de amortiguamiento y de influencia del Santuario.

<sup>30</sup> El Huaro es un medio de transporte que utilizan los vehículos para cruzar ríos. Consiste en una plancha metálica conectada a unos cables, que se mueve ayudada por la fuerza del río.

<sup>31</sup> Es conveniente mencionar que fue con la construcción de una carretera hasta San Ignacio en 1974 que gran parte del comercio, que solía circular por la ruta Tabaconas-Huancabamba-Piura, comenzó a salir por Jaén rumbo a Chiclayo, consolidando así el papel central de esta provincia en la región (Regan, 2001: 51).

Ecológica Provincial de San Ignacio<sup>32</sup>. Otra de las emisoras más escuchadas es Radio Marañón, que transmite su señal desde la provincia de Jaén y pertenece al Vicariato Apostólico San Francisco Javier<sup>33</sup>.

## 2.2. Actividades productivas

De acuerdo a la información brindada por la Agencia Agraria, San Ignacio es una provincia dedicada casi exclusivamente a la agricultura, siendo el café, arroz, yuca y plátano los productos que más se cultivan; aunque también frutales, cítricos y hortalizas, entre otros. De todos estos cultivos, el café, tanto orgánico como convencional, es el más importante y más extendido a nivel provincial; destinándose casi el total de la producción a la exportación. El resto de productos se cultivan para el autoconsumo familiar y la venta en los mercados locales<sup>34</sup>.

De los siete distritos en los que se cultiva café, San Ignacio es el que concentra mayor superficie cultivada y el que tiene una producción más elevada. De acuerdo a la estadística que maneja la Agencia Agraria, en la campaña del 2009-2010 la producción del distrito fue de 5,929.85 toneladas; seguido por Tabaconas y La Coipa que también superaron las 5,000 toneladas de café. En total, la producción de la provincia fue de 29,000 toneladas.

---

<sup>32</sup> Esta emisora, así como las otras que se escuchan en San Ignacio solo emiten en frecuencia baja, por lo que se limitan a las zonas urbanas.

<sup>33</sup> Es necesario resaltar la importancia que tiene el Vicariato en la zona, pues su fuerte presencia junto con Radio Marañón ha servido para impulsar y llevar a cabo distintos proyectos, algunos involucrando a pequeños productores cafetaleros.

<sup>34</sup> Los domingos se reúnen en el mercado de la ciudad agricultores que van a vender su producción: frutas, verduras y hortalizas, así como animales menores y aves de corral.

Los cultivos que le siguen en importancia al café son el plátano, que tuvo una producción de 4,481 toneladas para la campaña del 2009-2010; el arroz, cuya producción fue de 2,449 toneladas y la yuca con 2,314 toneladas. No obstante, el café, cuyo precio en chacra fue de S/. 6.77 por Kg. es el cultivo más rentable de todos; mientras que el precio de los otros productos osciló entre S/. 0.44 y S/. 0.68 el Kg.

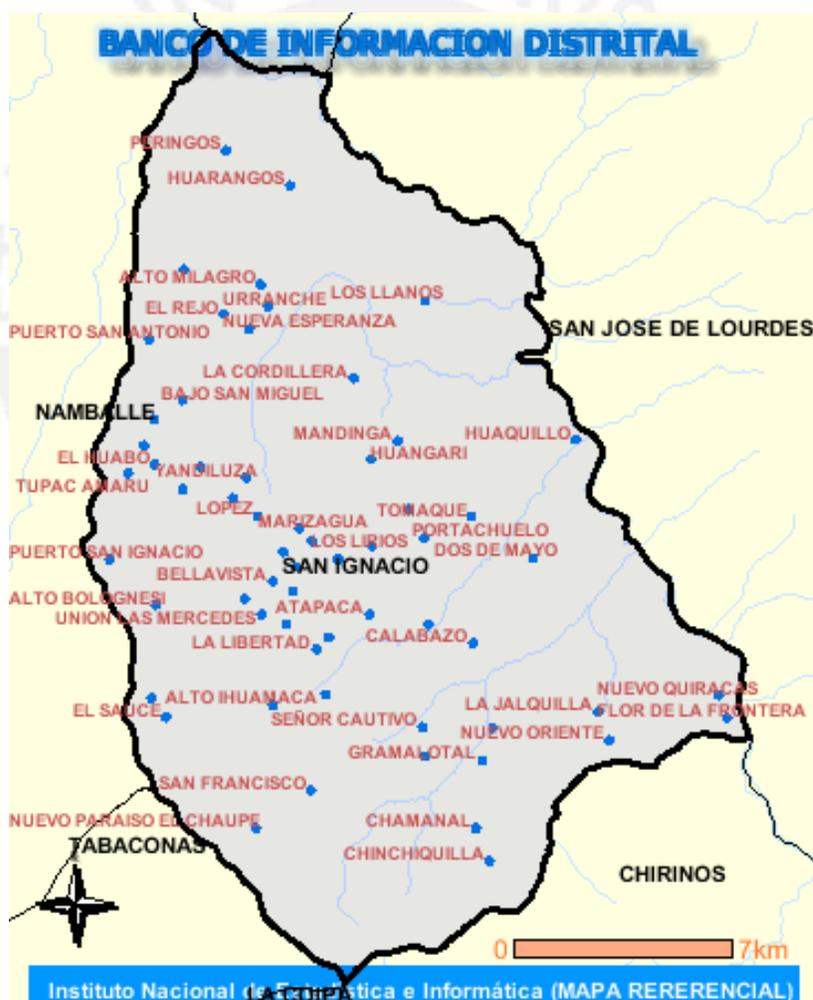
Si bien la agricultura es la actividad principal en la provincia, hay zonas en las que se desarrolla la actividad pecuaria, como en el distrito de Huarango, donde está bastante extendida la ganadería para el autoconsumo y venta local de productos derivados como leche, queso y mantequilla, los cuales se venden en la ciudad de San Ignacio y otros centros poblados y caseríos; así como la crianza de aves de corral, ovinos, porcinos y cuyes.

### 2.3. Distrito de San Ignacio

La capital provincial, la ciudad de San Ignacio, en el distrito que lleva el mismo nombre, se encuentra ubicada a 1324 m.s.n.m., en lo que se conoce como zona intermedia. El distrito tiene una población total de 32,313 habitantes, de la cual el 34.86% (11,266 habitantes) vive en zona urbana y el 65.14% (21,947 habitantes) en zona rural. Asimismo, el 52.48% de la población censada es masculina y el 47.52% femenina.

San Ignacio como distrito se compone de 2 centros poblados, 78 caseríos y 13 anexos. La capital, por otra parte, se compone de ocho sectores: Alto Loyola, Asentamiento Humano 22 de agosto, Chililique, San Martín, La Cueva, Santa Rosa, Santiago y Potrerillo.

**Mapa N° 3: Distrito de San Ignacio**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Debido a que la ciudad de San Ignacio es la capital distrital y provincial, en ella se concentran los principales comercios, oficinas de distintas instituciones públicas, la Municipalidad Provincial, la agencia del Banco de la Nación<sup>35</sup>, entre otros.

Por otro lado, entre las celebraciones y festividades más importantes en San Ignacio se encuentran: la Semana Santa, la fiesta patronal de San Ignacio de Loyola que se celebra entre el 20 de julio y el 2 de agosto y que incluye la feria agropecuaria de San Ignacio; la fiesta de todos los santos del 1 de noviembre hasta el 3 o 4, y la Navidad y Año Nuevo que se celebran desde el 20 de diciembre hasta el 6 de enero. A partir del 2011, además, se ha incluido en el calendario festivo de San Ignacio la celebración de la Semana Turística<sup>36</sup>. Asimismo, cada caserío y centro poblado tienen su propia fiesta patronal que es celebrada anualmente.

#### 2.4. Proyectos de desarrollo

La Municipalidad Ecológica Provincial de San Ignacio (MEPSI) se encuentra ejecutando dos proyectos actualmente: Sistema Integral de la Gestión de

<sup>35</sup> En una entrevista me informaron que antes existían dos agencias bancarias en San Ignacio, pero estas se replegaron a Jaén debido a la poca demanda por parte de la población. Actualmente, además de la sucursal del Banco de la Nación, hay Agentes del Banco de Crédito del Perú (BCP).

<sup>36</sup> La Semana Turística de San Ignacio surgió por iniciativa de la Dirección Zonal de Comercio Exterior y Turismo (Dirzetur). Contó con el apoyo de distintas instituciones públicas, educativas y privadas que se involucraron y participaron activamente en la organización de las distintas actividades que se programaron para la semana que duró del 26 de setiembre hasta el 2 de octubre. Las actividades, así como la participación de las principales organizaciones de pequeños productores cafetaleros y apicultores tenían por objetivo dar a conocer los principales productos de la zona.

Residuos Sólidos (SIGRES) y el proyecto para el “Mejoramiento y ampliación de los servicios de agua potable, alcantarillado y tratamiento de las aguas servidas para la ciudad de San Ignacio” (BOTIJAS).

A través del SIGRES, la municipalidad trata los residuos sólidos de la ciudad, con el objetivo de promover el adecuado procesamiento de estos y el reciclaje; así como la producción de abono orgánico (compost) proveniente de los desechos de la ciudad<sup>37</sup>. Por ello, se separan los residuos orgánicos de los inorgánicos y se les da un tratamiento diferenciado. Así, el municipio busca incidir en la gestión sostenible de los residuos que se producen.

Por otro lado, el proyecto BOTIJAS comenzó a ejecutarse en abril del 2010 con financiamiento del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, el Gobierno Regional de Cajamarca, la Municipalidad Ecológica Provincial de San Ignacio, el Plan Binacional Perú-Ecuador y la Cooperación Técnica Belga. El objetivo del proyecto es proveer de agua potabilizada al casco urbano de la ciudad, así como a caseríos aledaños, por lo cual en el mes de agosto del 2011 se comenzó con la instalación de las nuevas cañerías que proveerían a la ciudad de agua potable, y se tenía previsto concluir el alcantarillado para diciembre.

---

<sup>37</sup> Para setiembre del 2011 se habían producido más de 110 toneladas de compost. Para mayor información véase: <http://www.munisani Ignacio.gob.pe/sigres/>.

## 2.5. Acceso a servicios

Por un lado, la población que vive en la ciudad de San Ignacio cuenta con acceso a luz eléctrica, agua entubada, desagüe, telefonía fija, telefonía móvil, acceso a internet y televisión por cable<sup>38</sup>.

Por otro lado, en el área rural la mayor parte de la población tiene acceso a luz eléctrica, agua entubada y pozos sépticos para tratar las aguas residuales. Además, los caseríos tienen teléfono público satelital y en algunos casos también televisión satelital. Cabe resaltar que muchos también cuentan con señal de telefonía móvil (Movistar o Claro).

## 2.6. Salud y educación

El acceso a estos servicios está bastante condicionado a la situación de ambos sectores en la zona, la problemática que los rodea y las posibilidades que brindan tanto la provincia como el distrito.

Respecto a salud, si bien la mayoría de los caseríos y centros poblados cuenta con postas médicas, el único Centro de Salud se encuentra en la ciudad de San Ignacio, el mismo que terminó de ser construido el 2011 con financiamiento del Gobierno Regional de Cajamarca.

---

<sup>38</sup> La telefonía móvil llegó a la provincia de San Ignacio en el año 2006 a través de la empresa Claro, la cual también introdujo la televisión por cable en el 2009. Hay que señalar que la cobertura de telefonía móvil alcanza a casi toda la provincia, aunque no siempre hay señal de Claro y Movistar al mismo tiempo y en la misma zona. La cobertura de telefonía fija es bastante reducida y se concentra prácticamente en la ciudad de San Ignacio. Lo mismo ocurre con el acceso a internet.

El mayor problema que enfrenta este sector, de acuerdo a la información brindada por el Dr. Gerardo Huatuco, ex director de la Dirección Subregional de Salud Jaén-San Ignacio, es que no se ha descentralizado. La dependencia hacia la provincia de Jaén continúa siendo muy fuerte, debido a que San Ignacio pertenece a la dirección subregional de salud y no a la dirección regional, como debería ser el caso ya que es una provincia y la nueva estructura del Ministerio de Salud así lo dispone. De acuerdo al Dr. Huatuco, esta dependencia se inició hace 8 años, ocasionando que el presupuesto que recibe la provincia sea insuficiente, que falte personal administrativo y que el personal de salud especializado se quede en la ciudad de Jaén.

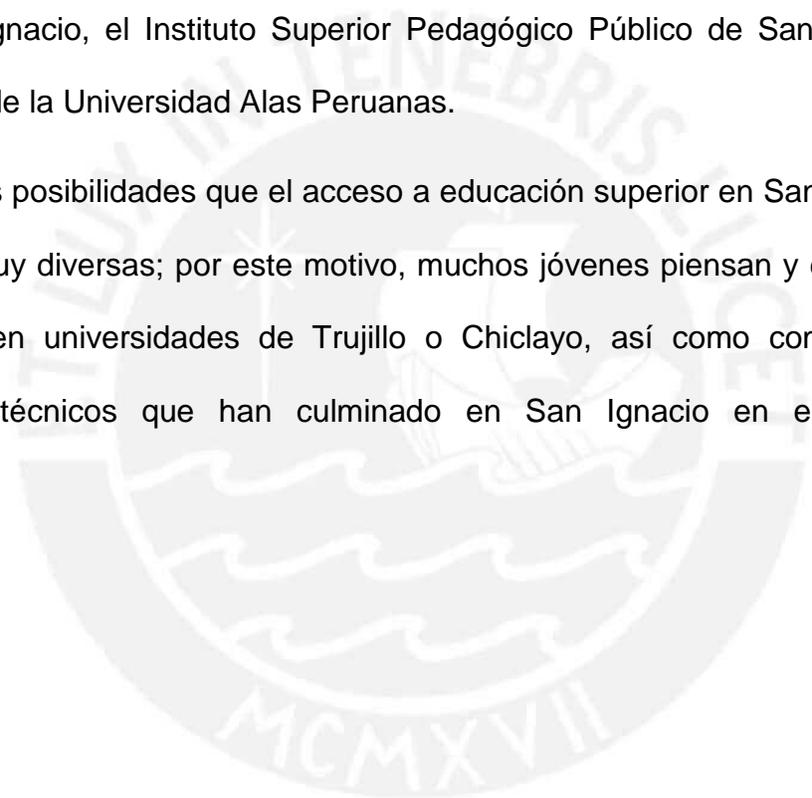
Respecto al acceso a educación, la mayoría de anexos, caseríos y centros poblados cuenta con escuelas primarias y, en algunos casos, secundarias. Cuando los niños y las niñas en edad escolar no cuentan con una Institución Educativa (I.E.) en sus localidades deben trasladarse al centro poblado, caserío o anexo más cercano que sí cuente con una I.E.

Por otro lado, en la ciudad de San Ignacio hay seis instituciones educativas. Las I.I.E.E. N° 16470 “San Ignacio de Loyola” y N° 16462 “San Juan Bosco” para educación primaria y secundaria. La I.E. N° 16450 “Nuestra Señora de Fátima” para primaria y la I.E. N° 16449 “Eloy Soberón Flores” para secundaria.

Adicionalmente, el “Tito Cusy Yupanqui” que es un centro de educación básica alternativa y el “Arzobispo Oscar Romero” que es un centro educativo técnico-productivo.

Además de los colegios primarios y secundarios, en San Ignacio también hay instituciones educativas superiores: el Instituto Superior Tecnológico Público de San Ignacio, el Instituto Superior Pedagógico Público de San Ignacio y una sucursal de la Universidad Alas Peruanas.

Las posibilidades que el acceso a educación superior en San Ignacio brinda no son muy diversas; por este motivo, muchos jóvenes piensan y desean viajar a estudiar en universidades de Trujillo o Chiclayo, así como complementar los estudios técnicos que han culminado en San Ignacio en estas ciudades.



### CAPÍTULO 3

#### PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ

##### 3.1. La producción nacional de café

De acuerdo a la Junta Nacional del Café (JNC), las primeras plantas de café llegaron a Perú en la primera mitad del siglo XVIII y se sembraron en Chinchao, en el departamento de Huánuco. Poco a poco el cultivo fue extendiéndose y haciéndose más popular hasta llegar a cultivarse en distintas zonas del país. Hoy en día, la extensión de los cultivos alcanza las 425,415 hectáreas a nivel nacional y se cultiva en 338 distritos de 68 provincias en zonas rurales; involucrando a 175,193 productores cafetaleros, cuyas tierras tienen

extensiones que abarcan entre 0.1 a 9.9 hectáreas<sup>39</sup>. Estas familias generan puestos de trabajo, directa e indirectamente, que llegan hasta los 50 millones de jornales al año.

Desde hace 25 años aproximadamente el café es el principal producto agrícola de exportación, representando el 29.3% del total de las agroexportaciones en valor FOB<sup>40</sup>. Debido a este crecimiento, el Perú se ubica en el sexto puesto de los países productores de café a nivel mundial y en el primer puesto en producción y exportación de cafés con certificación orgánica y de comercio justo. Esto ha permitido que el país se posicione en el nicho de cafés especiales como el primer país exportador de este tipo en el mundo, contando con el 36% del total de la extensión de cultivos de café a nivel nacional, es decir 145 mil hectáreas aproximadamente<sup>41</sup>.

Respecto a las zonas de producción de café, el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) señala que los departamentos que registran los volúmenes de producción más altos son Junín, en primer lugar, produciendo cerca del 26% del volumen total nacional; en segundo lugar Cajamarca con cerca del 23% y en tercer lugar San Martín con el 20% aproximadamente. De este modo, Junín y Cajamarca concentran más del 50% de la producción nacional; de ahí la

---

<sup>39</sup> Datos tomados del IV Censo Nacional Agrario 2012 y de la Junta Nacional del Café. Esta última consideraba que hasta el 2012 existían 165 mil familias cafetaleras en todo el país.

<sup>40</sup> Cifra publicada en una noticia de la página de internet del Ministerio de Agricultura y Riego. Véase: <http://www.minag.gob.pe/notas-de-prensa-2011/las-agroexportaciones-crecieron-un-40-por-ciento-al-registrar-us-3131-5-millones.html>. La noticia señala que ha habido un crecimiento del 40% en comparación con el volumen registrado para esta fecha en el 2010.

<sup>41</sup> Cifras expuestas por Anner Román, presidente de la JNC en “Expo Café Perú 2012”.

importancia de mirar más de cerca la dinámica productiva del café en estas regiones.

El siguiente cuadro ilustra el nivel de participación de cada departamento en la producción de café a nivel nacional.

**Tabla N° 1: Participación en la producción total de café a nivel nacional por departamento proyectada para el año 2010**

Departamento	Volumen de producción de café (t)	Porcentaje
Junín	67,790 t	25.61%
Cajamarca	59,020 t	22.30%
San Martín	53,334 t	20.15%
Amazonas	34,743 t	13.13%
Cusco	24,475 t	9.25%
Resto del país	25,340 t	9.57%

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Dirección de Información Agraria del Ministerio de Agricultura y Riego.*

A nivel nacional, el volumen de café que se produce anualmente oscila entre los 4 y 5 millones de quintales<sup>42</sup>. El 2010 se llegaron a las 265 mil toneladas, alcanzándose la cifra de 888, 856 millones de dólares en valor FOB<sup>43</sup>. De acuerdo

<sup>42</sup> Entendiendo que 1 quintal equivale a 46 kg.

<sup>43</sup> Esta es la cifra que señala la JNC; para el Ministerio de Agricultura y Riego, el Perú alcanzó los 888, 278 millones de dólares en exportación de café.

al MINAGRI, para el mes de octubre del 2011 las ventas de café ya habían superado los mil millones de dólares en valor FOB, pues estas se incrementaron en 387 millones de dólares respecto al mismo periodo del año 2010<sup>44</sup>. Así, el 2011 se cerró la producción con poco más de 7 millones de quintales, es decir, 325 toneladas; exportándose 6.4 millones (297 toneladas aproximadamente)<sup>45</sup>. No obstante, el pronóstico para el 2012 no fue tan positivo como se hubiera esperado; no solo debido a las fuertes lluvias que afectaron las zonas de producción de café y, por tanto, la producción de la campaña que se inició en mayo en algunas zonas, sino debido a que la devaluación del dólar afectó el precio que se le pagó al productor por quintal de café, el cual disminuyó en comparación al 2011. Por ello, César Rivas, ex presidente de la Junta Nacional del Café, señaló que las exportaciones de café caerían un 15% en cuanto al volumen y un 45% en cuanto a los valores<sup>46</sup>.

Respecto a los países compradores de café exportable, Alemania se sitúa como el primer comprador de café peruano. Si bien en el 2010 alcanzó el 35% del total de la producción (1, 765,339 quintales), en el 2011 esto se redujo al 29% (461,933 US\$ en valor FOB). Después de Alemania sigue Estados Unidos, que en el 2010 compró el 21% de nuestra producción y en el 2011 este volumen se incrementó a 23% (369,807 US\$ valor FOB). En tercer lugar se encuentra Bélgica

---

<sup>44</sup> El incremento producido es respecto a las ventas de café entre enero y setiembre del 2011, comparándolas con las ventas durante estos mismos meses el 2010.

<sup>45</sup> Información publicada por el Ministerio de Agricultura y Riego.

<sup>46</sup> Información publicada en Agroeconómica. Véase: <http://www.agroeconomica.pe/tag/produccion-cafe-peruano/> y en el diario La República el 15/04/2012, véase <http://www.larepublica.pe/15-04-2012/jnc-exportacion-peruana-de-cafe-sera-afectada-por-exceso-de-lluvias-y-devaluacion-del-dolar>.

que pasó de comprar el 11% de la producción nacional en el 2010 a comprar el 17% (271,691 US\$ valor FOB) en el 2011. Finalmente, Suecia se ubicaba en el cuarto lugar en el 2010 al adquirir el 4% de la producción nacional; sin embargo, en el 2011 esto se redujo al 3% (48, 496 US\$ valor FOB); siendo Colombia el país que compró el 4% de nuestra producción (74, 514 US\$ valor FOB) en el 2011.

Casi todo el café es exportado a través de empresas privadas, cooperativas y asociaciones de pequeños productores. Actualmente operan en el Perú 110 empresas exportadores de café; de estas, las 10 primeras manejan el 78% del volumen total exportado. Entre estas destacan Perales Huancaruna S.A.C. (Perhusa) con el 25% de las exportaciones y 255 millones de dólares, seguida de Comercio&Cía S.A. con el 10% de participación y 111 millones de dólares; y CIA. Internacional del Café S.A.C. con el 7% de las exportaciones y 73 millones de dólares<sup>47</sup>.

Si bien se produjo un importante incremento en el valor de las exportaciones de café del 2011 respecto al 2010, esto no se debió solo al fuerte aumento en el volumen de exportaciones, sino a que el precio del café en el mercado internacional se incrementó. Esto puede apreciarse en los gráficos que presento a continuación.

---

<sup>47</sup> Información registrada por la Junta Nacional del Café para la campaña del año 2012.

**Gráfico N° 1: Volumen de las exportaciones de café 2000-2011**



Fuente: Exposición “El Café Peruano”  
César Romero, representante del Ministerio de Agricultura y Riego.  
Lima, 12 de octubre de 2010.

**Gráfico N° 2: Volumen de las exportaciones de café en valor FOB 2000-2011**

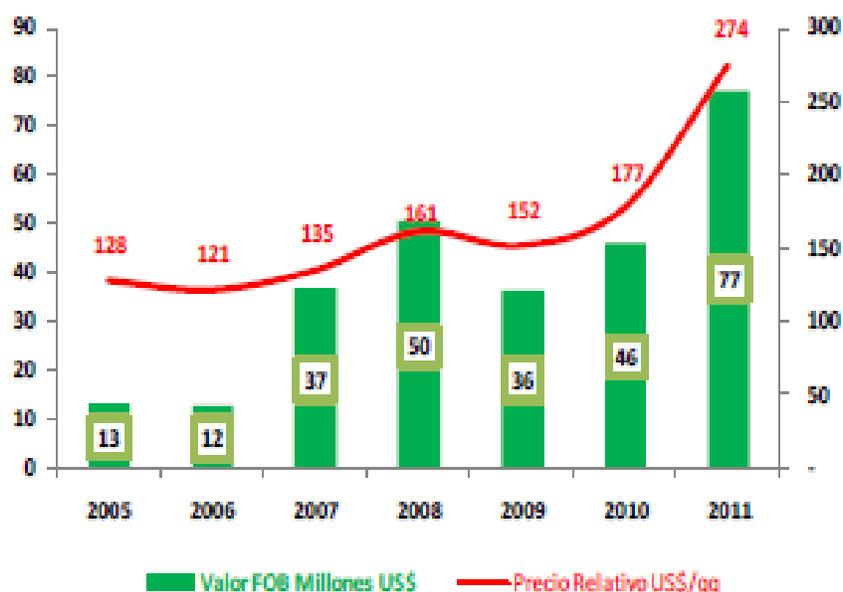


Fuente: Exposición “El Café Peruano”  
César Romero, representante del Ministerio de Agricultura y Riego.  
Lima, 12 de octubre de 2010.

Cabe resaltar que el incremento en el volumen y la calidad del café exportado ha sido posible gracias al trabajo que realizan los pequeños productores organizados en cooperativas y asociaciones, ya que logran generar economías de escala en los servicios de comercialización, acceso a crédito y asistencia técnica.

Así mismo, es importante destacar la participación de los productores en la cadena productiva del café orgánico. Al respecto, María del Pilar Alarcón, expositora en el I Expo Café Perú realizado en octubre del 2011; señaló que en el 2010 el valor FOB USD de las exportaciones de café orgánico fue de 108 millones, incrementándose en 25 millones respecto al 2009. Además, para el periodo enero-agosto del 2005 al 2011 las exportaciones se incrementaron en 22.9% en promedio, frente al 10.6% de crecimiento de las exportaciones de café convencional.

**Gráfico N° 3: Evolución de las exportaciones de café orgánico (enero-agosto: 2005-2011)**



Fuente: Exposición “Perú: tendencias de mercado de café convencional y especial”  
María del Pilar Alarcón, representante de Promperú  
Lima, 14 de octubre de 2011.

Así mismo, el destino de las exportaciones de café orgánico en el 2011 fue Estados Unidos (22%), Alemania (22%) y Bélgica (22%).

De este modo, concluyo esta primera parte dedicada a describir el panorama general de la producción de café a nivel nacional y continúo con la descripción de la situación en San Ignacio.

### 3.2. La producción de café en San Ignacio

*[La producción de café] es una economía que ayuda, por ejemplo que compite...cuando hay una zona productora de café entonces*

*genera trabajo, da estabilidad [...] (Eliana Zavaleta, Junta Nacional del Café-Filial Cajamarca).*

Si bien la producción de café en otras zonas del país puede remontarse incluso al siglo XVIII, en San Ignacio la producción de este cultivo es parte de un proceso mucho más reciente, que se generó en la segunda mitad del siglo XX. De acuerdo a Regan (2001), fue en la segunda mitad de este siglo que se reemplazó el cultivo de tabaco por el de café, iniciándose así un nuevo proceso productivo, influenciado también por los procesos migratorios hacia esta zona<sup>48</sup>.

Para 1970 la provincia de San Ignacio producía un volumen importante de café y ya se habían formado cooperativas de pequeños productores<sup>49</sup>. La comercialización de este producto era realizada por estas a través de “brokers” que vendían el café a compradores extranjeros (tostadoras) y por empresas privadas.

De este modo, el cultivo de café fue convirtiéndose en el principal producto de la zona, pues el precio que se pagaba por este superaba al de los productos que tradicionalmente se habían cultivado. No obstante, la crisis del café en el mercado internacional que se produjo a raíz de la suspensión del sistema de

---

<sup>48</sup> No es coincidencia la fecha que señala Regan respecto al inicio de cultivo de café en San Ignacio. De acuerdo a Carlos Barrenechea, a partir de la década de 1950 se produjo una verdadera expansión del hectareaje de café sembrado (1986: 15-16).

<sup>49</sup> De las muchas cooperativas que existieron en San Ignacio por aquella época, solo dos han logrado continuar hasta la fecha, mientras que el resto fueron liquidadas. Estas son la Cooperativa Agraria Frontera San Ignacio y la Cooperativa Agraria Cafetalera Casil Ltda, conocidas como “Cooperativa 323” y “Cooperativa 196” respectivamente.

cuotas, establecido por el Convenio Internacional del Café en 1989<sup>50</sup>, el aumento de la oferta a nivel mundial debido al incremento del volumen de producción de café en Brasil y el surgimiento de Vietnam como país productor; generaron la caída en el precio<sup>51</sup> desde finales de 1997 hasta el 2003 aproximadamente. A partir de este año se registró un incremento constante en el precio por quintal de café, el cual ha llegado a superar los 200 dólares, como ocurrió durante el 2011.

Una vez superada esta crisis internacional, así como la que atravesaron las cooperativas peruanas entre la segunda mitad de la década del 80 y la primera mitad del primer gobierno de Alberto Fujimori<sup>52</sup>; el cultivo del café recobró la importancia que ya había alcanzado. Así mismo, se dio un resurgimiento del cooperativismo y la asociatividad en la zona, el cual se evidencia en la reactivación de antiguas cooperativas y la aparición de diversas asociaciones de pequeños productores en San Ignacio, así como en Jaén y Bagua, también zonas productoras de café.

Actualmente existen poco más de 30 mil familias dedicadas a la producción de café en la provincia de San Ignacio (IV CENAGRO, 2012). De estas, entre 9 mil

---

<sup>50</sup> Hasta 1989 la Organización Internacional del Café se encargaba de regular el comercio de café a través del Convenio Internacional del Café. Este convenio, suscrito por países productores y consumidores, establecía cuotas para dichos países, que no podían producir o comprar más de lo que ya se había fijado; impidiendo que se produzca una sobreoferta del producto y, por ende, una caída en el precio.

<sup>51</sup> En algún momento llegó a pagarse solo 80 soles por quintal de café en San Ignacio. Pero, a pesar de que este precio hubiera significado una reducción considerable, siempre fue mayor al precio que se paga por otros productos que se cultivaban en la zona. Además, en aquella época el cultivo de café se había extendido de tal manera que la mayoría de agricultores se dedicaban principalmente a esta actividad; aunque sin descuidar el cultivo de productos para el consumo familiar.

<sup>52</sup> María Isabel Remy señala que fueron varios factores los que determinaron la quiebra de muchas cooperativas; entre estos se encuentran la disolución del Banco Agrario, el cual otorgaba créditos a las cooperativas para que se financiaran; el cese de las políticas protectoras del Estado y el fin del sistema de cuotas del mercado internacional (2007: 36).

y 10 mil se encuentran asociadas a alguna cooperativa o asociación de pequeños productores<sup>53</sup>. Por este motivo, todavía se considera bajo el nivel de asociatividad en San Ignacio, tanto en la provincia como en el distrito. De acuerdo al ex gerente de la filial de la JNC en Cajamarca, Luis Peña, se estima que a nivel nacional solo entre el 30% a 40% de los productores se encuentra asociado a alguna organización cafetalera; de ahí el interés de la JNC en fomentar y promover la asociatividad a nivel nacional.

### 3.3. Café femenino

El café femenino es el que cuenta con certificaciones de producción orgánica y de comercio justo, pero además tiene como valor agregado el haber sido producido por mujeres cafetaleras. Esto no significa que antes las mujeres hayan estado excluidas del proceso productivo, sino que ahora las organizaciones que cuentan con un comité de mujeres pueden acceder a este nicho de mercado para que las productoras reciban un plus sobre el precio por el café orgánico y de comercio justo.

El objetivo de estas medidas es beneficiar directamente a las productoras cafetaleras, motivo por el cual el café que se comercializa tiene que haber sido producido por agricultoras que sean propietarias de sus parcelas y que figuren como socias, ya que son estas organizaciones las que comercializan el café

---

<sup>53</sup> Remy también señala que para el 2007 eran 36 mil agricultores cafetaleros de los 140 mil que existían a nivel nacional los que se encontraban asociados en cooperativas y asociaciones (2007: 36).

femenino. Tal como señala Karissa Becerra, esto forma parte de las distintas acciones que se están fomentando en el marco de la lucha de las mujeres por la igualdad de oportunidades y el acceso a los mercados (véase Becerra 2010).

De acuerdo a Lucila Quintana, presidenta de la Convención Nacional del Agro (Conveagro), el 2010 se lograron exportar 30 mil quintales de café femenino a Europa y Estados Unidos, y se esperaba que para el cierre de la campaña del 2011 se exportaran más de 40 mil quintales, lo que significaba un incremento en 10 mil quintales<sup>54</sup>.

En San Ignacio ya existen algunas organizaciones de pequeños productores que comercializan hace algunos años este café. Entre estas se encuentran la Cooperativa de Servicios Múltiples APROCASSI y la Asociación Unión de Cafetaleros Ecológicos-UNICAFEC. Es importante señalar que para que estas organizaciones pudieran iniciar la comercialización del café de las socias como café femenino fue indispensable la creación de un comité de mujeres al interior de la organización, pues se buscaba asegurar una mayor participación de las socias<sup>55</sup>. Así mismo, a través de estos comités es posible canalizar el apoyo de

---

<sup>54</sup> Véase: <http://www.andina.com.pe/Espanol/Noticia.aspx?id=NT1hBa4ExZ8=>.

<sup>55</sup> Respecto a los comités de mujeres, UNICAFEC y APROCASSI no son las únicas organizaciones que cuentan con estos. Hay otras organizaciones en San Ignacio que también tienen comités de mujeres o que están en proceso de creación de uno. La diferencia es que estas organizaciones no exportan café femenino como tal.

otras instituciones que buscan beneficiar a las agricultoras, así como fomentar su participación en determinados proyectos de desarrollo<sup>56</sup>.

Por otro lado, la JNC está tratando de impulsar distintas acciones que beneficien a las mujeres cafetaleras a nivel nacional<sup>57</sup>, a través de alianzas estratégicas con las organizaciones de pequeños productores. En ese sentido, la Junta busca involucrar de manera más participativa a las mujeres, fortaleciendo los comités que estas forman en las distintas organizaciones de pequeños productores, así como fomentando la participación de estas en sus comités de base y brindando capacitaciones en torno a temas productivos, de salud, educativos, entre otros.

#### 3.4. Proyectos de desarrollo con familias cafetaleras

La provincia de San Ignacio es una zona en la que se han ejecutado diversos proyectos que han buscado promover el desarrollo de las familias dedicadas a la pequeña agricultura.

Por un lado, se encuentra el proyecto “Fortalecimiento de la cadena productiva del café en la provincia de San Ignacio”, ejecutado por la Municipalidad Ecológica Provincial de San Ignacio (MEPSI) entre el 2008 y 2010, cuyo objetivo

---

<sup>56</sup> Un ejemplo de este tipo de proyectos es el que la organización Heifer International Perú ha estado desarrollando en UNICAFEC, el cual describo más adelante.

<sup>57</sup> Desde la CONAMUCC (Coordinadora Nacional de la Mujer Productora de Café y Cacao), la JNC busca contribuir al bienestar de las familias de productores cafetaleros y cacaoteros, a través del fortalecimiento de la unidad familiar y la promoción de la equidad de género, entre otros. Para mayor información véase: <http://juntadelcafe.org.pe/coordinadora-nacional-de-la-mujer-productora-del-cafe-y-cacao-conamucc>.

era fortalecer la cadena de producción del café a través de las organizaciones de pequeños productores y de la implementación de las fincas de café con tecnología para mejorar el proceso productivo. Este proyecto fue financiado por el Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo (FONDOEMPLEO) y, si bien concluyó en el 2010, durante el año 2011 la MEPSI continuó desarrollando algunas actividades con los agricultores como capacitaciones y asistencia técnica.

Por otro lado, entre el 2005 y 2010 se llevó a cabo el “Programa de apoyo al desarrollo sostenible de la zona de influencia del Santuario Nacional Tabaconas Namballe (PRO-SNTN)”. Este programa, financiado por la Cooperación Belga de Desarrollo, tenía por objetivo mejorar la calidad de vida de la población asentada en los alrededores del Santuario Nacional. Para ello, se planteó la ejecución de cuatro componentes que consistieron en: a) reducción de la presión sobre los recursos naturales del Santuario Nacional, b) aumentar la productividad del trabajo y la rentabilidad de los productos, c) aumentar la capacidad de gestión de la zona de influencia del Santuario, d) aumentar la disponibilidad de infraestructura rural. En el programa participaron cerca de 2500 familias ubicadas en 150 caseríos de las zonas de influencia y amortiguamiento del Santuario; de estas familias, 2200 se dedicaban al cultivo de café y 300 al de cacao. Uno de los cambios más importantes que introdujo este programa fue la creación de un fondo rotatorio de abonos a las distintas organizaciones de pequeños productores que participaron

en el programa. A raíz de esto es que los productores comenzaron a fertilizar orgánicamente.

En tercer lugar se encuentra el Proyecto Especial Jaén-San Ignacio-Bagua (PEJSIB)<sup>58</sup>, desarrollado por el entonces Ministerio de Agricultura junto con el Gobierno Regional de Cajamarca y el Gobierno Regional de Amazonas. Este proyecto se creó mediante el Decreto Supremo 019-81-PCM el 28 de mayo de 1981, pero recién comenzó su ejecución en el 2005 y concluyó en el 2010. El PEJSIB buscaba impulsar el desarrollo sostenible de los productores de la zona a través de proyectos y programas que incidieran positivamente en la calidad de vida de la población. Por ello, sus objetivos principales fueron promover el incremento de la producción agropecuaria y forestal, y ampliar y diversificar las actividades económicas del ámbito donde se ejecutaba el proyecto.

Actualmente, el Gobierno Regional de Cajamarca viene realizando distintas acciones que buscan beneficiar directamente a las familias dedicadas a la producción de café<sup>59</sup>. En el caso de San Ignacio<sup>60</sup>, el 2009 se inició el proyecto “Fortalecimiento de la cadena productiva del café”, el cual concluyó en diciembre del 2011. El proyecto tenía como objetivo principal mejorar y fortalecer las capacidades de los productores, así como incidir en el manejo productivo del café. Para esto, se brindó asistencia técnica a los productores y se colaboró en el

---

<sup>58</sup> Para mayor información véase:

[http://www.pejsib.gob.pe/intranet/upload/doc\\_gestion/mof\\_con\\_resoluc\\_1279294829.pdf](http://www.pejsib.gob.pe/intranet/upload/doc_gestion/mof_con_resoluc_1279294829.pdf).

<sup>59</sup> Según datos de la JNC, hasta el 2011 en Cajamarca existían 47 mil familias productoras de café que generaban 2 millones de jornales al año. De acuerdo al IV CENAGRO, actualmente hay 58,379 productores cafetaleros, de los cuales 53,449 tienen parcelas con extensiones menores a las 10 hectáreas.

<sup>60</sup> En San Ignacio, a nivel de distrito, existen 7,778 productores de café (IV CENAGRO 2012).

fortalecimiento organizacional<sup>61</sup>. Como parte del proyecto se trabajó con diferentes organizaciones<sup>62</sup>, brindando capacitaciones y talleres a los socios interesados, quienes han tenido la posibilidad de aplicar los conocimientos recibidos en las 12 parcelas demostrativas que se establecieron en San Ignacio. Así mismo, como primera fase del proyecto, los productores beneficiarios recibieron herramientas y asistencia técnica en sus parcelas.

De acuerdo al Ing. Tito Ortiz, encargado de la ejecución del proyecto en San Ignacio, este también buscaba incidir en el tema de la comercialización del café. Por ello, transmitía a los productores los conocimientos necesarios acerca de los distintos nichos de mercado para los cafés especiales, poniendo especial énfasis en el orgánico y de comercio justo.

El ámbito de acción del proyecto fueron los distritos de San Ignacio, Chirinos, La Coipa, Tabaconas y San José de Lourdes, beneficiando a más de 1000 productores y sus familias.

### 3.5. El proceso productivo

Las parcelas producen la primera vez luego de tres años de sembrados los plántones, los cuales pueden producir por muchos años, llegando algunas fincas a

---

<sup>61</sup> Información brindada por el Ing. Francisco Aguirre, promotor de cadenas productivas de la Agencia Agraria.

<sup>62</sup> Las organizaciones que formaron parte del proyecto son Cooperativa de Servicios Múltiples “Aprocassi”, Asociación Unión de Cafetaleros Ecológicos-Unicafece, Central Fronteriza del Norte de Cafetaleros-Cenfrocafé, Asociación de Productores Ecológicos de San Ignacio-Apesi, y Asociación de Productores Agropecuarios-Bosques Verdes.

tener cafetales con una antigüedad de 20 o 30 años. No obstante, es recomendable la renovación de los plántones luego de unos 10 años para no afectar la productividad anual.

La campaña de cosecha de café se realiza una vez al año. Los meses en los que se lleva a cabo dependen de la altitud en la que se encuentran las fincas o chacras; iniciándose más temprano en las zonas bajas y prolongándose por más tiempo en las zonas altas. El inicio y duración de la campaña también varía a nivel nacional. Por ejemplo, Cajamarca (San Ignacio) maneja tiempos distintos a Junín o San Martín.

**Tabla N° 2: Calendario de producción de café en la campaña del año  
2010**

Departamento	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Junín				•	•	•	•					
Cajamarca						•	•	•	•	•		
San Martín	•	•	•	•	•						•	•
Amazonas				•	•	•	•	•	•			
Cusco			•	•	•	•	•					
Resto del país					•	•	•			•	•	•

*Fuente: Elaboración propia. En base a los datos publicados por la Dirección de Información Agraria del Ministerio de Agricultura y Riego.*

En San Ignacio, debido a que las fincas de café se encuentran entre los 1000 m.s.n.m. y 1800 m.s.n.m., la campaña del 2011 se inició entre abril y mayo, prolongándose hasta octubre en las zonas más altas. No obstante, la mayoría de chacras de los caseríos del distrito de San Ignacio ya había concluido la cosecha para el mes de setiembre.

A pesar de la variación en los tiempos de la campaña de cosecha que, como ya señalé, se encuentran en función de la altitud en la cual se ubican las parcelas; el proceso productivo es el mismo y consiste en cinco fases: **cosecha, despulpado, fermentado, lavado y secado.**

La **cosecha** consiste en la selección del grano maduro, también llamado café cerezo. Debido a la extensión de las parcelas de café y a la rapidez con la que el fruto puede sobremadurarse y caerse, siempre es necesaria la contratación de personal que trabaja por jornal o lateo<sup>63</sup>.

Una vez concluida la cosecha de todo el café cerezo se pasa al **despulpado** del mismo. Esta actividad, así como las que detallaré a continuación, la realizan las mismas familias agricultoras, pues continuar contratando personal para estas actividades generaría mucho más gasto del que estas pueden afrontar. El despulpado consiste en desprender la pulpa que rodea al grano de café. El

---

<sup>63</sup> De acuerdo a la información brindada por agricultores y personas involucradas en el proceso de producción y comercialización de café, generalmente solo se contratan jornaleros para esta fase del proceso productivo. Durante la campaña del 2011 se pagó entre 30 y 35 soles por jornal, incrementándose respecto a años anteriores. El pago por lateo varió entre 8 y 10 soles aproximadamente.

trabajo lo realiza normalmente una sola persona que va colocando café cerezo en la máquina despulpadora, la cual, con ayuda de un pequeño motor o de manera manual, retira toda la pulpa<sup>64</sup> y bota los granos de café a una tina de madera o cemento, o a un tanque tina de cemento revestido con mayólicas.

La **fermentación** del grano despulpado se realiza en una tina con agua por un tiempo de 12 horas aproximadamente. En esta tina han sido vertidos todos los granos que todavía conservan el mucílago<sup>65</sup>, el cual será desprendido luego de concluir esta fase del proceso.

Una vez pasadas las 12 horas se lavan los granos que han sido seleccionados con zarandas<sup>66</sup>. En algunos casos, la selección de los granos puede realizarse durante el lavado en un tanque tina, el cual hace que los granos defectuosos floten en el agua y puedan detectarse para luego ser expulsados a una canastilla<sup>67</sup>.

Finalmente, una vez que el café ha sido lavado pasa a secarse sobre carpas negras que son extendidas en el suelo o en carpas solares. Dependiendo de la infraestructura con la que se cuente para el secado, este durará entre 2 o 3 días. El objetivo es que el café, que ahora recibe el nombre de café pergamino, alcance una humedad del 12%. Durante el proceso de secado no solo hay que

---

<sup>64</sup> La pulpa que ha sido desprendida se conoce como tamo y se utiliza para la elaboración de compost y el abonamiento de las parcelas.

<sup>65</sup> El mucílago es una membrana viscosa que recubre el pergamino del grano de café.

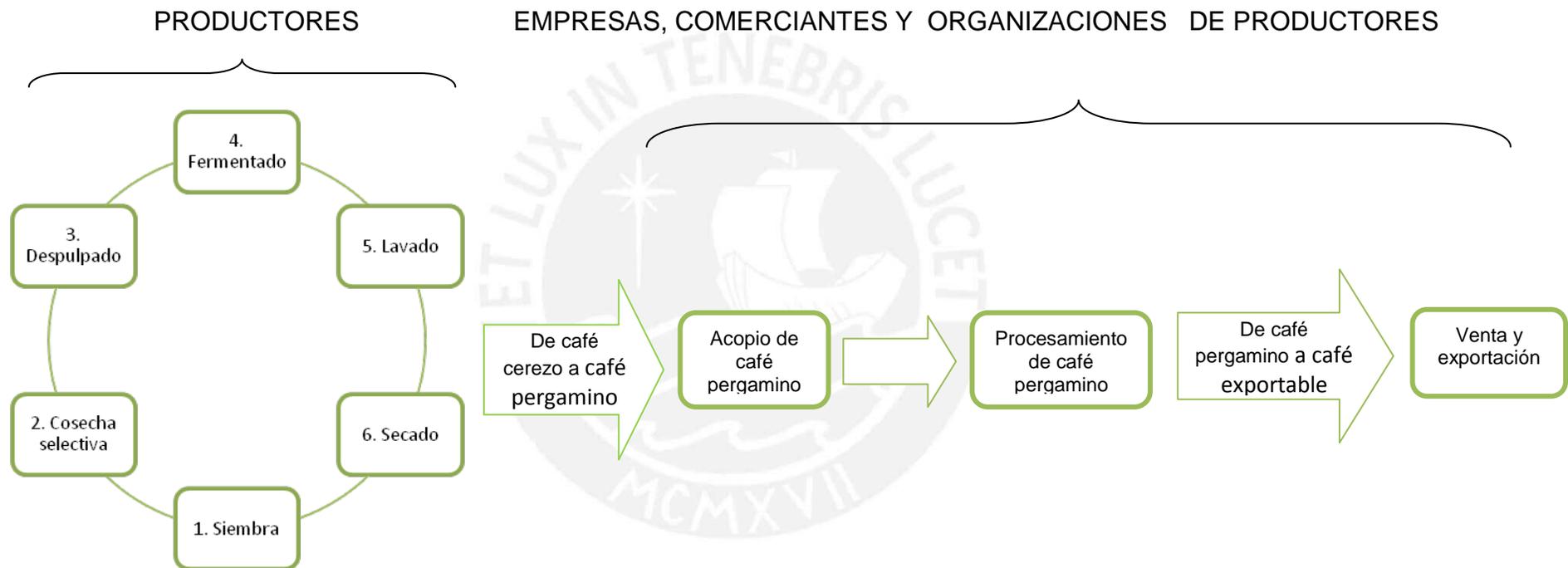
<sup>66</sup> Antes de lavar el café es necesario que se separen los granos defectuosos de los granos que van a continuar todo el proceso, es decir, los granos de mejor calidad. Esta selección se realiza con zarandas.

<sup>67</sup> Los granos defectuosos también se hacen secar, aunque no se sigue un proceso tan riguroso. Estos se venden como café de segunda en el mercado local.

tener cuidado con el café para que alcance la humedad requerida, sino para que no se vea afectado por nada. En ese sentido, lo ideal es que el café no se exponga a ningún elemento contaminante (tierra, olores fuertes, químicos, animales, etc.) que puedan alterar el aroma y sabor del grano. Una vez que se ha alcanzado el nivel de humedad deseado, los granos de café son recogidos y juntados en sacos para transportarlos y venderlos en San Ignacio.



Gráfico N° 4: Cadena productiva del café



Fuente: elaboración propia.

### 3.5.1. Participación femenina

Existen diversas formas a través de las cuales las mujeres participan en la cadena productiva del café, así como distintos roles que pueden asumir. Por ejemplo, pueden participar durante el proceso productivo como productoras directas, madres, hermanas o hijas de caficultores asociados o no a organizaciones de productores. De igual modo, también intervienen en la cadena productiva del café al participar como personal de trabajo en las chacras, siendo el caso de que muchas de las personas contratadas para la cosecha son mujeres que quieren asegurar un ingreso económico extra para sus familias.

La participación en las actividades propias del proceso productivo consisten en la cosecha, post cosecha (despulpado, lavado y secado) y transformación. En efecto, el proceso productivo del café no es realizado exclusivamente por hombres, aunque las labores que realiza la mujer están sujetas a ciertos factores como la edad, la fuerza con la que cuenta, la existencia de hijos pequeños, entre otros.

Los distintos actores que intervienen en la cadena productiva del café señalan la importancia de la participación femenina en esta; considerando que no puede excluirse a la mujer del proceso productivo, pues el cultivo de café es una actividad que resulta mucho mejor si la trabaja la pareja en conjunto. Por ejemplo, se piensa que una pareja en la cual solo la mujer o solo el hombre se encarga de la mayor parte de las actividades no va a funcionar adecuadamente:

*...la mujer hacía el desayuno, lavaba los platos, hacía el almuerzo, lavar la ropa, sacar yucas, plátanos, sacar leña, lavar el café, preparar la cena, etc., mientras que el hombre es un haragán y no hace nada. [...] Ese café de esa pareja nunca va a ser bueno, va a ser mal café, porque hay verdes y todo y la mujer nunca se va a poder abastecer para hacer todo. (Juan Huamán, Presidente de Aprocassi)*

De este modo se valora el trabajo en conjunto de la pareja y el apoyo mutuo en la realización de las distintas actividades domésticas, las cuales no se limitan únicamente al proceso productivo, pues se trata de compartir las responsabilidades del hogar. No obstante, en la práctica, la mujer se ocupa, principalmente, de lo relativo a este<sup>68</sup>. En ese sentido, es ella la que realiza las labores domésticas (cocinar, lavar, limpiar, etc.) y cuida a los hijos pequeños en edad no escolar. Así mismo, también se ocupa del trabajo en el huerto, donde se cultivan los alimentos para el consumo de la familia, y del cuidado de los animales menores (aves de corral y cuyes), que también se destinan al autoconsumo y en algunos casos a la venta local.

Si bien los hombres en el hogar también colaboran en estas actividades, estos se ocupan, principalmente, de las actividades relativas a la cosecha del café en tiempo de campaña, y de otras actividades que generen ingresos para la familia.

---

<sup>68</sup> Una actividad que sí es exclusivamente femenina es la cocina y la preparación de alimentos para los jornaleros que se contratan en tiempo de cosecha.

Por otro lado, debe tomarse en cuenta que si una mujer es soltera, madre soltera o viuda, es decir si no cuenta con ninguna pareja con la que pueda compartir estas labores, ella será quien se encargue de dirigir y llevar a cabo todo el proceso productivo, a excepción de la cosecha para la cual siempre es necesario la contratación de personal.

Habiendo descrito la participación femenina en el proceso productivo del café, a continuación presento la descripción de qué es lo que ocurre con el café que ya ha sido cosechado, despulpado, lavado y secado.

### 3.6. La comercialización del café

Una vez que se han concluido las fases del proceso productivo, el destino del café, es decir la comercialización del mismo, depende mucho de cada familia productora<sup>69</sup>. En cualquiera de los casos, se deben realizar tres pasos más antes de que el café sea, finalmente, exportado<sup>70</sup>.

Estos pasos consisten en el **acopio, la evaluación y selección del café pergamino, el cual se convertirá en café exportable o café oro verde.**

El acopio es realizado tanto por las organizaciones que compran café a los productores, como por las empresas privadas y los pequeños comerciantes. Todos estos, además, evalúan el café seleccionando una muestra de 300 a 400

---

<sup>69</sup> Existen tres canales de comercialización para el café, los cuales detallaré más adelante.

<sup>70</sup> Aproximadamente el 90% de la producción de café a nivel nacional se destina a la exportación.

gramos, a partir de la cual se establece el rendimiento y humedad del mismo<sup>71</sup>. Determinar el rendimiento es fundamental, pues a partir de este se establece el precio que se pagará por quintal de café al productor.

Una vez que se ha evaluado la muestra y establecido el precio, el café es enviado a las plantas de procesamiento, ubicadas en Jaén, Bagua o Chiclayo, para que el café sea pilado o trillado, es decir, se le retire la cáscara que envuelve al grano, conocida como pergamino, y se seleccionen los granos que no poseen ningún defecto. De este proceso resulta el café exportable, que es el grano que se envía al extranjero.

Como sabemos, el precio del café convencional, es decir el café que no tiene ningún tipo de certificación, es establecido por la Bolsa de Productos de Nueva York (NYBOT)<sup>72</sup> siguiendo la lógica de la oferta y la demanda.

No obstante, el precio del café de especialidad, que puede ser orgánico, de comercio justo, femenino, amigable con las aves, bajo sombra, entre otros; es producto de la negociación directa entre el comprador (empresas tostadoras,

---

<sup>71</sup> El rendimiento del café se establece a partir del análisis de una pequeña muestra de este, la cual es extraída de todos los sacos que se acopian de un mismo productor. Así, lo que se hace primero es pilar los granos de café de la muestra; una vez realizado esto se escogen los granos defectuosos y se separan. Luego, los granos que quedan son pasados por tres o cuatro mallas (del n° 17 al n° 14), lo que permite determinar la cantidad de café descarte (lo que pasa la malla 14) y café sin defectos. Se pesan los granos que han quedado en cada malla y estas cifras se suman. A los 300 o 400 gramos iniciales de la muestra se le resta la cantidad anterior para determinar cuánta cantidad corresponde a la cáscara del grano que ha sido pilado. Finalmente, se determina el porcentaje de cáscara, descarte y café exportable de acuerdo a la muestra y se asigna el precio por quintal de acuerdo al porcentaje o puntaje obtenido de café exportable.

Por ejemplo, si la muestra inicial fue de 300 gr., si luego del proceso de pilado y selección de granos defectuosos quedaron 230 gr. de café exportable, 11 gr. de descarte y 59 gr. de cáscara, los porcentajes obtenidos serían 76.6%, 3.66% y 19.67% respectivamente. Así, el rendimiento de este café es de 76 puntos.

<sup>72</sup> Las siglas NYBOT corresponden a New York Board of Trade.

compañías transnacionales, etc.) y el vendedor, es decir, las empresas exportadoras y/o las organizaciones de pequeños productores.

En ese sentido, el precio NYBOT es referencial y se utiliza, más que nada, para establecer el precio base, a partir del cual se fijan los sobrepuestos o diferenciales para el café con certificación orgánica y la prima de comercio justo, todos en función a la calidad del café y las certificaciones con las que este cuenta (Castro et al. 2004: 71). Es importante señalar que, dado que el precio del café se establece de acuerdo a la Bolsa de Nueva York, el beneficio que los pequeños productores puedan recibir está sujeto a esto; motivo por el cual la asociatividad a alguna cooperativa o asociación se convierte en una gran oportunidad para que el productor reciba un precio justo y más alto por su café.

Si bien hay diversos actores que intervienen en la cadena de comercialización del café, solo desarrollaré los que han sido mencionados al inicio de esta sección, pues son los que se relacionan directamente con los agricultores.

Por un lado, tenemos a las grandes **empresas privadas que exportan café**, como Perales-Huancaruna S.A.C. (Perhusa)<sup>73</sup>, Comercio&Cía S.A. o Volcafé S.A. Como señalé en el apartado anterior, estas empresas mueven la mayor parte de la producción de la zona. De hecho, el 70% de la producción de café de San Ignacio se exporta a través de las mismas.

---

<sup>73</sup> Perales-Huancaruna S.A.C. comercializa café a nivel nacional a través de la marca Altomayo.

Por otro lado, se encuentran **los comerciantes**, quienes se desempeñan más que nada como intermediarios entre los productores y las organizaciones o empresas privadas, pues se encargan de comprar el café a los productores sin exigirles tantos requisitos en cuanto a la calidad, como sí lo hacen las cooperativas y asociaciones; y luego venden este café a dichas organizaciones y empresas privadas de la zona.

Para muchas organizaciones de pequeños productores y agricultores independientes, los comerciantes representan una amenaza para el sector cafetalero, pues en su intento por generar mayores ganancias descuidan la calidad del café y la malogran, o engañan a los agricultores al “robarles” quintalaje<sup>74</sup>.

Sin embargo, algunas personas señalan que muchas veces los comerciantes pagan un mejor precio a los productores que las mismas cooperativas o asociaciones, motivo por el cual los agricultores que no se encuentran asociados, y en algunos casos también los que sí lo están, prefieren vender su producción a los comerciantes antes que a las organizaciones.

Finalmente, se encuentran **las organizaciones formadas por pequeños productores cafetaleros: cooperativas y asociaciones**, las cuales han ido adquiriendo relevancia en la zona a partir del año 2000.

---

<sup>74</sup> Esta práctica consiste en mezclar el café de mejor calidad con el de descarte, alterando el rendimiento final del café, reduciendo el quintalaje de café de buena calidad y, por ende, el precio por el café.

Actualmente, existen cerca de 10 organizaciones de pequeños productores cafetaleros en San Ignacio, entre cooperativas y asociaciones. De acuerdo a la JNC, estas se clasifican en organizaciones más consolidadas, intermedias y recientes. En ese sentido, una organización más consolidada se caracteriza porque acopia más de 10 mil quintales por campaña, cuenta con bienes de capital –local propio, laboratorios, maquinaria y equipos técnicos, etc.– y el sistema de producción orgánica está más desarrollado. Por otro lado, una organización intermedia se caracteriza porque ya tienen mercados asegurados para los cafés especiales, pero no cuentan con bienes de capital como locales propios. Finalmente, las organizaciones más recientes están comenzando la certificación para cafés especiales (orgánico y de comercio justo).

Si bien todas las organizaciones en San Ignacio, así como algunas empresas privadas cuentan con certificación orgánica y de comercio justo, todavía continúan comercializando café convencional, el cual también se exporta y se vende al mercado nacional<sup>75</sup>.

La principal diferencia entre las organizaciones de pequeños productores y las empresas privadas, a pesar de que estas se organizan y acopian el café a través de comités de base formados por productores de distintos caseríos, es la importancia y el énfasis que le otorgan a tratar de mejorar las condiciones de vida

---

<sup>75</sup> El café convencional es aquel que se ha producido sin certificación orgánica, es decir, sin cumplir los requisitos principales que esta certificación demanda respecto al abonamiento y fertilización de los plantones. Es importante distinguir el café convencional del café de segunda. Este último es el café que puede haber sido producido orgánica o convencionalmente. Lo que lo convierte en café de segunda es que tiene defectos: granos partidos, pequeños, de una coloración distinta, etc. Por ello también se le conoce como café de descarte.

de los productores. Tal como señala el ex gerente de la filial de la JNC en Cajamarca: “el productor al estar asociado accede a un programa de capacitaciones, no tiene el riesgo del mercado volátil y accede a otros servicios adicionales como los créditos. Y lo que es la utilidad, sea pequeña o grande queda para repartirse entre los productores”.

Después de todo lo señalado, podemos afirmar que las organizaciones han ido adquiriendo importancia en la zona debido a que aseguran a los productores que recibirán un precio justo por el café, además de brindarles servicios de capacitación, acopio, comercialización, créditos, entre otros.

A continuación presento las organizaciones de pequeños productores cafetaleros de San Ignacio que han formado parte de los casos de estudio. Así mismo, en esta parte se desarrollan con mayor detalle los beneficios de la asociatividad.

### 3.7. Las organizaciones cafetaleras<sup>76</sup>

*Las organizaciones cafetaleras en Cajamarca han desarrollado una contribución enorme a la calidad de vida de los productores. Primero con el tema de brindarles asistencia técnica en la producción, brindarles servicios de créditos en los meses de enero, febrero cuando no tienen recursos para que no vendan su café por adelantado y también brindarles servicios de salud, de asesoría, un poco de educación, entonces están contribuyendo muchísimo en el desarrollo de los productores, de los campesinos. (Eliana Zavaleta, JNC-Filial Cajamarca)*

---

<sup>76</sup> Ver el Anexo 2: Características de las organizaciones de pequeños productores cafetaleros y apicultores.

Tal como menciona la cita anterior, algunas de las características que señalan los distintos actores que forman parte de las cadenas de producción y comercialización del café en San Ignacio respecto a las organizaciones es que estas no se limitan únicamente a acopiar y comercializar el café de sus socios; por el contrario, cada vez más organizaciones buscan brindarles todo el apoyo necesario para que los productores alcancen un nivel de productividad alto, pero de la mano con el mejoramiento de su calidad de vida, de la calidad de vida de la familia. En ese sentido, las organizaciones, tanto las cooperativas como las asociaciones, son lo que Remy (2007) denomina “empresas sociales” y “empresas de servicios”.

### 3.7.1. Asociaciones

#### 3.7.1.1. “Asociación Unión de Cafetaleros Ecológicos – UNICAFEC”<sup>77</sup>

Unicafec fue creada el 25 de noviembre del 2001. Inicialmente, los productores cafetaleros que formaron la asociación pensaron en que esta podría establecerse como una empresa asociativa que brindara apoyo logístico a asociaciones más pequeñas. Como esto no funcionó, la asociación pasó a

---

<sup>77</sup> La organización actual de la asociación incluye una Asamblea General de Asociados, que está conformada por un Comité Electoral, un Consejo Directivo y el Consejo de Vigilancia. Así mismo, existe una Gerencia, un Comité de Cafés Especiales y el Comité “Umproec”. Adicionalmente, se encuentran el Área Técnica, Área de Acopio y Área Administrativa.

dedicarse al acopio y comercialización de café, iniciando las ventas de café convencional al exterior en el 2004, para luego conseguir las certificaciones de producción orgánica y de comercio justo en el año 2006<sup>78</sup>.

Además del acopio y comercialización del café<sup>79</sup>, Unicafec ofrece créditos de pre y post-cosecha, créditos de rehabilitación y renovación de fincas, capacitaciones y asistencia técnica permanente, entre otros. Los únicos requisitos que establece la asociación para aceptar nuevos socios es que estos paguen el monto de 20 soles por derecho de visita de finca, 100 soles por derecho de inscripción, se comprometan a entregar el 70% de su producción estimada y a ser productores orgánicos.

Para el año 2011 Unicafec tenía 362 socios activos<sup>80</sup>, de los cuales 68 eran mujeres. Estas socias han conformado el comité de mujeres llamado “UMPROEC”, el cual se creó el 2007. A través de este comité se gestiona el acopio y exportación de 5 contenedores de café femenino por el que la asociación recibe US\$72 adicionales por quintal sobre el precio de bolsa. Es con este diferencial extra que se estuvo gestionando el proyecto “Vida Saludable”, el cual buscaba incidir en las condiciones de vida de las familias productoras, a través de

---

<sup>78</sup> Los costos por las certificaciones no los cubren los socios, sino que estos son asumidos por la asociación. Así, todos los socios cuentan con ambas certificaciones, pero deben comprometerse a ser productores orgánicos, es decir, que todas sus parcelas, si es que tuvieran más de una, sean producidas orgánicamente, evitando el uso de fertilizantes o abonos químicos.

<sup>79</sup> De acuerdo al presidente de la Asamblea General, Felipe Alberca, la asociación “ofrece un mejor precio y mejor trato a los productores”. Mientras que el comerciante “le roba” 3, 4 o 5 libras, en el local de Unicafec hay una máquina electrónica que hace las mediciones exactas. Así mismo, siempre se informa al socio cómo se está vendiendo su café y cuánto le toca recibir.

<sup>80</sup> Los socios provienen de 76 caseríos que forman parte de 14 comités de base.

la instalación de cocinas mejoradas, reordenamiento de la vivienda y la finca, entre otros. Así mismo, Unicafec es una de las organizaciones de productores cafetaleros que ha formado parte del proyecto que la ONG Heifer International Peru ejecutaba<sup>81</sup>.

En la campaña del 2011, la asociación cerró varios contratos con distintos compradores, llegando a colocar 25 contenedores (US\$ 3, 240,218.68). A diferencia de la campaña del 2010 en la cual acopiaron 12,606 quintales, recibiendo US\$ 2, 176,628.95 por los contenedores exportados.

### 3.7.1.2. “Asociación de Productores Ecológicos de San Ignacio – APESI”<sup>82</sup>

Apesi fue creada el 21 de noviembre de 2001 con 16 socios. Inicialmente, estos productores buscaron formar una asociación que se diferenciara del resto, en el sentido de que no se limitara solo al acopio y comercialización del café, sino que promoviera la producción y comercialización de otros cultivos y productos como la miel, piña, plátano, granadilla, entre otros. Así, en sus primeros años Apesi ayudó a la formación de pequeñas empresas familiares que se dedicaran a

<sup>81</sup> Este proyecto consiste en beneficiar a cierto número de socios y sus familias con los implementos y herramientas necesarias para que inicien un biohuerto, comiencen la crianza de cuyes o la apicultura. Así mismo, cada familia recibe las capacitaciones necesarias y se compromete a devolver lo que haya recibido una vez que alcance excedentes. En ese sentido, si un socio y su familia decide iniciar la siembra de un huerto, Heifer le hace entrega de semillas y abonos, los capacita en el cultivo y una vez que se realice la primera cosecha, el socio debe devolver a la asociación la cantidad de semillas que recibió, para así poder compartir esto con un nuevo socio que vaya a ser beneficiario del proyecto.

<sup>82</sup> La organización actual de la asociación incluye una Asamblea General, que está conformada por un Comité Electoral, un Consejo Directivo y un Consejo de Vigilancia. Así mismo, existe una Gerencia General, el Sistema Interno de Control (SIC), el Área Administrativa, el Departamento Técnico y el Departamento Comercial. De este último depende el área de acopio de café, miel y stevia.

la transformación de los productos (en mermeladas y harinas) y a la venta a través de la asociación.

No obstante, esta iniciativa fracasó y la asociación pasó a dedicarse solo al acopio y comercialización de café a partir del 2005, logrando las certificaciones de producción orgánica y de comercio justo en el 2006<sup>83</sup> y exportando en el 2007. Pero hace unos pocos años la nueva directiva tomó la decisión de retomar el acopio y comercialización de otros productos. Es así que actualmente la asociación acopia stevia y miel de los mismos socios<sup>84</sup>, realiza el procesamiento de ambos productos y los vende en el mismo local.

Además del acopio y comercialización de estos productos, Apesi ofrece créditos de pre y post-cosecha, créditos de rehabilitación y créditos de abono.

De acuerdo al gerente general, los únicos requisitos establecidos por la asociación para aceptar nuevos socios son que estos no se encuentren asociados a ninguna otra organización, que sean productores directos que se preocupen por el cuidado del medio ambiente y que tengan buena conducta<sup>85</sup>. Además, deben realizar un pago de 100 soles por derecho de inscripción. Para el 2011, Apesi

---

<sup>83</sup> Los socios deben cubrir los costos de las certificaciones. Cada uno debe aportar a la asociación 300 soles anuales, es decir, 150 por cada certificación.

<sup>84</sup> El gerente general, Darío Román, señaló que aproximadamente el 70% de los socios cultiva stevia, vendiendo cada quintal a la asociación por 1000 soles. Así mismo, el 80% de los socios también se dedica a la apicultura. El precio que se paga por cada kilo es de 9 soles, y los socios venden 100 kilos por campaña aproximadamente.

<sup>85</sup> Al respecto, el gerente señaló que para esto se exige que el potencial socio presente una carta del Teniente Gobernador de su caserío en la cual especifique que es una persona honesta, que no se ha visto nunca involucrada en problemas judiciales o policiales.

contaba con 271 socios activos<sup>86</sup> entre productores orgánicos y productores en conversión 1 y conversión 2<sup>87</sup>.

En la campaña del 2011, la asociación estimó el acopio de 10,057 quintales de café, lo que representaba un incremento de más del doble, pues en la campaña del 2010 se acopiaron 3,968 quintales.

Por último, cabe resaltar que Apesi es una de las pocas organizaciones que tiene un convenio con el Instituto Superior Tecnológico de San Ignacio, permitiendo así que los estudiantes de último año de la carrera de agropecuaria realicen sus prácticas en la asociación.

De igual modo, la asociación busca promover la incursión de los socios en otras actividades productivas como la apicultura y la acuicultura, para lo cual está buscando formar parte de un proyecto del Gobierno Regional para fomentar el desarrollo de la acuicultura en la zona norte de la provincia de San Ignacio.

### 3.7.2. Cooperativas

#### 3.7.2.1. Cooperativa de servicios múltiples “Aprocassi”<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> Los socios provienen de 36 comités de base de los distritos de San Ignacio, Chirinos, Tabaconas, San José de Lourdes, Namballe y Huarango.

<sup>87</sup> Antes de que un productor pueda vender su café como orgánico, debe pasar dos años en un periodo de conversión, en el cual se evalúa que esté cumpliendo con todos los requisitos de la certificadora. Una vez concluido este plazo, el socio pasa a ser considerado productor orgánico.

Aprocassi fue creada como una asociación de productores cafetaleros el 14 de marzo del 2000 por iniciativa del párroco de San Ignacio, estableciéndose inicialmente con 600 socios. No es sino hasta el 21 de enero de 2011 que Aprocassi decide convertirse en una Cooperativa de Servicios Múltiples, haciendo efectivo el cambio en los registros públicos. Desde su creación, Aprocassi se ha dedicado al acopio y comercialización de café, logrando la certificación de producción orgánica y de comercio justo.

Además de estas actividades, la cooperativa ofrece los servicios de créditos de pre y post-cosecha, créditos de rehabilitación, de renovación y abonamiento a través de la Cooperativa de Ahorro y Crédito – Aprocredi.

Respecto a los requisitos para asociarse, el señor Juan Huamán Laván, presidente del Consejo de Administración y de la Asamblea General, señaló que los productores interesados deben emitir una solicitud de inscripción y demostrar que son productores que buscan preservar el medio ambiente, evitando la degradación del suelo.

Para la campaña del 2011, Aprocassi contaba con 395 socios activos<sup>89</sup>, de los cuales 85 eran mujeres. De estas, 72 socias conformaban el Comité de Mujeres (CODEMU), presidido por la señora Doraliza Carrión Gómez. A través de este comité las socias exportan café femenino desde el 2009, llegando a los dos

---

<sup>88</sup> La organización actual de la asociación incluye una Asamblea General, conformada por un Comité Electoral, un Consejo de Administración y un Consejo de Vigilancia. Así mismo, existe una Gerencia General, un Comité de Educación, un Comité de Mujeres y un Área Técnica.

<sup>89</sup> Los socios provienen de 27 comités de base de 98 caseríos en toda la provincia de San Ignacio.

contenedores en el 2011. Así mismo, el comité de mujeres también se encarga de la administración de la cafetería “Saja”, financiada a partir de un proyecto presentado por las socias, a través de la cual se vende el café de la asociación marca “Santuario”.

En la campaña del 2010, Aprocassi acopió 13,938 quintales de café, y estimó que para el 2011 debía acopiar 18,134 quintales.

Por otro lado, la cooperativa ha adquirido una parcela demostrativa de 8 hectáreas y una planta de beneficio (tanque tina y secador solar) ubicadas en el caserío Alto Mandinga, a 20 minutos en mototaxi del pueblo y 10 minutos de caminata.

### 3.7.2.2. “Cooperativa Agraria Cafetalera Frontera San Ignacio – COOPAFSI”

La cooperativa Frontera fue creada el 26 de mayo de 1968 y reconocida oficialmente como Cooperativa Cafetalera Frontera de San Ignacio N° 323 el 25 de junio de 1969. La formación de esta fue producto de la iniciativa del párroco Martín Cuestas, quien buscaba promover la formación de una organización de pequeños productores cafetaleros. Al iniciarse, la cooperativa contaba con 90 socios, llegando a los 1200 entre los años 1974 y 1980. Lamentablemente, entre 1985 y 1990 la organización atravesó por una fuerte crisis, la cual la condujo a la quiebra, quedándose con 17 socios. Luego de muchos esfuerzos, en el 2000 se inscribieron 45 nuevos socios y poco a poco la cooperativa ha ido resurgiendo.

En el 2006 se compraron 27 hectáreas de terreno en el caserío La Huamba, en el cual se ubican una parcela demostrativa de 10 hectáreas, una planta de beneficio de café y un vivero con capacidad para 250,000 plántones de café y forestales. Así mismo, el 2007 se adquirió una planta de procesamiento de café en Chiclayo.

De este modo, Frontera se dedica al acopio y comercialización de café, habiendo obtenido la certificación orgánica y de comercio justo en el 2001<sup>90</sup> y exportando 1 contenedor de café convencional solidario el mismo año. En la campaña del 2011, la cooperativa exportó 18 contenedores de café orgánico y 5 contenedores de café convencional.

Además del acopio y comercialización, Frontera también ofrecía créditos de pre y post-cosecha, créditos de rehabilitación y créditos de abono, préstamos para enfermedades, entre otros; pero debido a los gastos en adquisición de bienes y propiedades, la cooperativa se encuentra con pocos recursos actualmente, por lo que ya no brinda créditos. No obstante, de acuerdo al presidente de la Asamblea General, no se han descuidado las capacitaciones ni la asistencia técnica a los socios.

Hasta el año 2011, Frontera contaba con 311 socios activos<sup>91</sup>, de los cuales 47 eran mujeres. Las socias han formado un comité de mujeres y, aunque no

---

<sup>90</sup> Los socios deben cubrir los costos de las certificaciones, aportando a la cooperativa 300 soles anuales, es decir, 150 por cada certificación.

<sup>91</sup> Los socios provienen de 12 comités de base en la provincia de San Ignacio.

exportan café femenino, realizan distintas actividades para fomentar la participación femenina en la organización.

Respecto al ingreso de nuevos socios a la cooperativa, el presidente de la Asamblea General señaló que los únicos requisitos para aceptar nuevos socios son que estos “[tengan] al menos 1 hectárea de terreno, sean agricultores, no tener problemas judiciales. Después simplemente mandar una solicitud, que se le vaya a verificar su área, dónde está ubicada su parcela agrícola, que manden una copia de DNI”.

### 3.7.2.3. Cooperativa de servicios múltiples “Sol&Café”<sup>92</sup>

Sol&Café es una cooperativa ubicada en Jaén que fue creada a partir del proyecto PODERES, financiado por USAID y Caritas, el cual buscaba trabajar con pequeños productores de café. Poco a poco la organización se fue fortaleciendo hasta consolidarse en el 2005.

Para el 2008, la cooperativa contaba con 1019 socios organizados en 50 bases de los distritos de Santa Rosa, San José del Alto y Huabal, en la provincia de Jaén; y de los distritos de San Ignacio, Chirinos, Huarango, Tabaconas y La Coipa en la provincia de San Ignacio. Ese mismo año, Sol&Café llegó a acopiar 10 mil quintales de café.

---

<sup>92</sup> Debido a que el local de la cooperativa se encuentra en Jaén, no se pudo obtener información primaria sobre la misma, por lo cual los datos presentados en esta parte han sido tomados de un diagnóstico organizacional de las asociaciones y centrales cafetaleras de la cuenca del río Chinchipe realizado en el 2008, y de la página de internet de la cooperativa (<http://www.solcafe.com.pe/>).

Cabe resaltar que la cooperativa ha desarrollado alianzas estratégicas con instituciones privadas y públicas, a fin de poder elaborar y ejecutar proyectos para el mejoramiento de la productividad de las fincas de los socios.

### 3.8. Promoción del café en San Ignacio

Es importante mencionar el consumo local del café en San Ignacio, así como a las distintas instituciones y las actividades que estas realizan para su promoción y difusión, así como para incentivar el consumo y la producción local de café y productos derivados.

Cerca del 90% de la producción nacional de café se destina a la exportación, quedando aproximadamente 10% para el consumo a nivel nacional. Para muchos, esto refleja una “poca cultura de consumo de café” y un problema que debe superarse en los próximos años.

Muchos de los actores involucrados en la producción y comercialización de café en San Ignacio consideran que le corresponde a la MEPSI emitir una ordenanza que exija a los distintos comercios, como restaurantes, cafeterías, hoteles y hospedajes que sirvan y promuevan el consumo de café producido en la zona, y no la venta de café instantáneo, considerado, además, de muy mala calidad.

Así mismo, señalan la importancia de la participación de las organizaciones de productores cafetaleros, así como de agricultores independientes en distintos

espacios que promuevan la difusión del café y de productos derivados, como los licores y cócteles hechos a base de café.

En tal sentido, en la zona se realizan distintas ferias agropecuarias que contribuyen a la promoción del consumo de café. Una de las más importantes para los pequeños productores es la Feria Agropecuaria de San Ignacio, que se realiza anualmente unos días antes de la celebración por Fiestas Patrias. Así mismo, en Cajamarca también se realiza la Feria Agropecuaria Regional, en la que participan tanto organizaciones de pequeños productores cafetaleros como productores independientes. Finalmente, también se encuentran las Ferias agropecuarias distritales. La dinámica de todas estas incluye la presentación de café y el concurso para premiar al mejor café de la zona.

Por otro lado, entre las diversas instituciones de San Ignacio, además de las organizaciones que son conformadas por pequeños agricultores, se encuentra la Cámara de Comercio Exterior y Turismo que juega un rol importante en la comercialización y promoción del café, miel y productos derivados. En efecto, desde su creación el 18 de diciembre de 1988, la Cámara de Comercio ha buscado agrupar a los comerciantes de la zona y fortalecer el trabajo en equipo. Así mismo, entre sus objetivos principales se encuentran el reconocimiento a la excelente calidad del café producido en San Ignacio y el incentivo al consumo del mismo, así como de productos derivados.

## CAPÍTULO 4

### PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL

#### 4.1. La producción nacional de miel

El 8 de junio del 2011 el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) publicó una noticia en su portal web, indicando que la producción del sector apícola<sup>93</sup> alcanzó los 30 millones de soles anuales (US\$ 10,7 millones); y que las 183,000 colmenas que hay en el país habían incrementado su producción<sup>94</sup>.

La información respecto a los volúmenes de exportación en toneladas y en valor FOB del sector apícola, así como al porcentaje de participación de los países

---

<sup>93</sup> Como señalé en la INTRODUCCIÓN, este sector comprende la producción de miel, jale real y propóleo.

<sup>94</sup> Estas son las cifras oficiales más recientes que han sido publicadas por el MINAGRI. Para leer la noticia completa véase: <http://www.minag.gob.pe/portal/notas-de-prensa/notas-de-prensa-2011/5506-produccion-apicola-mueve-30-millones-anuales-en-el-pais>.

importadores, solo se encuentra disponible en la página web del International Trade Centre (ITC). De acuerdo a las estadísticas de comercio que el ITC maneja, en el 2010 el volumen de miel exportado por el Perú en valor FOB fue de US\$113 mil y en el 2011 fue de US\$92 mil. Así mismo, el 2010 se exportaron 39 toneladas de miel y el 2011 26 toneladas, siendo Estados Unidos prácticamente el único importador, pues compró el 98.2% del total de la producción nacional en el 2010 y 97.8% en el 2011; siguiéndole Canadá con el 0.9% en el 2010 y 2.2% en el 2011.

Respecto al número de apicultores a nivel nacional, Amadeo Caballero señala en un artículo publicado en la revista Agro Enfoque que en el 2006 había 18,500 apicultores, cuya producción era de 1200 toneladas.

Lo relevante de la apicultura es que consiste en una actividad productiva que puede desarrollarse en distintas partes del país debido a la geografía tan variada<sup>95</sup>. Hay apicultores en la costa norte (Piura y Lambayeque), en zonas de selva alta como San Ignacio y Jaén en Cajamarca; en la selva central como Oxapampa en Pasco, entre otros; quienes han visto su producción apícola incrementada en 30% aproximadamente.

Otra ventaja que presenta la apicultura es que no depende de equipos, materiales y/o insumos que deban ser importados; por el contrario, estos son fabricados en el Perú y, en muchos casos, por los mismos apicultores; lo cual es una característica propia de esta actividad que facilita la incursión en la misma.

---

<sup>95</sup> Los diferentes pisos ecológicos, así como los variados climas y floras influyen en la diversificación de la producción y en la diversidad de la miel que se extrae.

#### 4.2. La producción de miel en San Ignacio

La apicultura comenzó a desarrollarse en San Ignacio a raíz de un proyecto que llevó a cabo el Estado en el año 1970. De acuerdo a la información brindada por apicultores de San Ignacio, a través de este proyecto se donaron colmenas a los agricultores interesados en iniciar la actividad apícola, además se les brindaron los materiales y las capacitaciones necesarias para realizar dicha actividad. No obstante, en aquella época no existía mayor demanda del producto en el mercado nacional, por lo que la mayor parte de la producción era para el autoconsumo, vendiéndose lo mínimo al mercado local.

A diferencia de la producción de café, el desarrollo de la apicultura implica el uso de distintas herramientas y materiales durante el proceso productivo y el procesamiento de la miel. Por ello, existen diversos insumos que los apicultores deben adquirir para realizar esta actividad sin poner en riesgo su salud. Por ejemplo, los apicultores deben utilizar ropa de protección, una careta (máscara) para el rostro, guantes para manipular las colmenas y un ahumador para tranquilizar a las abejas<sup>96</sup>.

Existen entre 1200 y 1500 apicultores en San Ignacio, de los cuales la mayor parte mantiene una producción de miel para el autoconsumo y la venta de

---

<sup>96</sup> Dependiendo de cada apicultor, el uso de los guantes puede ser opcional. El uso de una careta sí es indispensable, al igual que el ahumador, pues las abejas se tornan más agresivas cuando hay producción de miel.

manera independiente. De acuerdo a la MEPSI<sup>97</sup>, la mayoría de apicultores tienen una producción de miel entre los 15 y 18 Kg. por colmena y tienen un mínimo de 5 colmenas por apiario<sup>98</sup>.

La característica más resaltante de la apicultura en San Ignacio es que se trata de una actividad complementaria al café, que se realiza de una manera tradicional y menos tecnificada que el cultivo de este. Sin embargo, para algunos apicultores esta es percibida como una actividad igual de importante que el café:

*Hay que darse su tiempo para ellas. Ahorita la mayoría de gente que hace apicultura la deja a la abejita como que no valiera, pero es un trabajo que es bastante sostenible y hay que echarle ganas. Ahorita ya no hay cosecha de café y hay cosecha de miel. Ahorita el café está en floración y es para cosecha de miel. (Fani, apicultora)*

La importancia de lo señalado en la cita anterior radica en que es a partir de cómo se percibe la apicultura que las familias organizan su producción y establecen sus estrategias. En ese sentido, la mayor o menor producción de miel, así como la venta o el autoconsumo de esta dependen de cada familia.

#### 4.3. Proyectos de desarrollo con familias de apicultores

Al igual que ocurre con el café en San Ignacio, desde distintas organizaciones e instituciones se ha promovido la apicultura como actividad

---

<sup>97</sup> Datos tomados del informe del proyecto “Fortalecimiento de la competitividad de la cadena productiva y comercial de la apicultura para la generación de ingresos económicos en la provincia de San Ignacio”.

<sup>98</sup> Apiario es el nombre que se le da al conjunto de colmenas.

productiva en la zona. Los esfuerzos que tanto ONG's como la MEPSI realizaron en determinado momento han apuntado a incentivar la pluriactividad entre los pequeños agricultores de San Ignacio, pues son conscientes de los riesgos que significa para las familias depender únicamente de la producción de café.

El proyecto desarrollado por la MEPSI, "Fortalecimiento de la competitividad de la cadena productiva y comercial de la apicultura para la generación de ingresos económicos en la provincia de San Ignacio" tuvo por objetivo beneficiar a 300 jefes de familia de los distritos de San Ignacio, San José de Lourdes y Namballe, entregándoles 5 colmenas para que inicien la actividad, así como los materiales necesarios: careta, mameluco, guantes y ahumador. De este modo, se brindaban las facilidades para que las familias iniciaran una nueva actividad productiva y tuvieran más opciones para generar ingresos económicos.

Por otro lado, el PRO-SNTN<sup>99</sup>, entre las muchas actividades y acciones que realizó con los pequeños productores de San Ignacio, también buscó fomentar la apicultura entre las familias; brindando capacitaciones sobre cómo desarrollar esta actividad y la importancia de la diversificación de las actividades productivas para la economía familiar.

En ambos casos, lo que se quería lograr era que las familias aprendieran cómo desarrollar la apicultura, sobre todo aprovechando los recursos naturales de la zona, es decir, el gran potencial de floración apícola con el que cuenta la provincia para desarrollar una actividad económica complementaria al cultivo del

---

<sup>99</sup> Programa de apoyo al desarrollo sostenible de la zona de influencia del Santuario Nacional Tabaconas Namballe.

café; así como incentivar la participación de la población en actividades productivas que siguieran un manejo agroforestal de las fincas cafetaleras.

#### 4.4. Proceso productivo

El proceso de producción y extracción de la miel que realizan todos los apicultores consiste en: **la instalación de la(s) colmena(s), la revisión de esta(s) cada 15 días, la cosecha de los bastidores<sup>100</sup> que se encuentran operculados por lo menos al 30%<sup>101</sup>, el centrifugado, la colación y el envasado de la miel.**

La **instalación de las colmenas** consiste en ubicar el apiario a cierta distancia, aproximadamente a 200 metros del lugar (casa) donde se procesará la miel, de modo que las abejas no generen ninguna molestia a las personas<sup>102</sup>. En el apiario se instalan las cajas que contienen una cámara de crías y una cámara de producción con 8 o 10 bastidores cada una. La cámara de producción, donde se almacena la miel que luego será cosechada, se coloca solo cuando los bastidores que contiene la cámara de crías ya se encuentran llenos.

**Se revisan las colmenas cada 15 días** para asegurarse de que las abejas se encuentran en buen estado y que la cera no necesita ningún cambio.

---

<sup>100</sup> Los bastidores son unas rejillas especiales donde se coloca la plancha de cera en la que las abejas almacenan la miel o depositan a las crías.

<sup>101</sup> Se llama operculado al momento en el que la lámina de cera del bastidor se encuentra sellada, es decir, ha alcanzado su tope de almacenamiento y las abejas se han encargado de cerrarla. Operculado al 30% significa que el 30% de la lámina de cera se encuentra “sellada” por fuera.

<sup>102</sup> Se recomienda que el apiario se encuentre como mínimo a esta distancia para evitar que las abejas estén muy cerca al momento de la extracción de la miel de los bastidores.

Usualmente, este se realiza una vez producida la cosecha de la miel, así como el cambio de bastidores, es decir, una vez al año.

La **cosecha de la miel** se produce luego de la floración de las plantas. Las abejas han ido almacenando poco a poco miel en los bastidores, de la cual se alimentan, pero que también mantienen como reserva. Los apicultores, una vez que han comprobado que la miel está lista para cosechar, retiran los bastidores de la cámara de producción y los trasladan en portanúcleos al lugar donde centrifugarán la miel.

Los portanúcleos o cajas de manera que contienen los cinco bastidores con la miel lista se colocan en la máquina centrífuga y se raspan con un desoperculador para retirar la cera que cubre la miel. Una vez realizado esto se **centrifugan los bastidores**, es decir, se exprimen manual o eléctricamente y se va extrayendo la miel que cae a un recipiente.

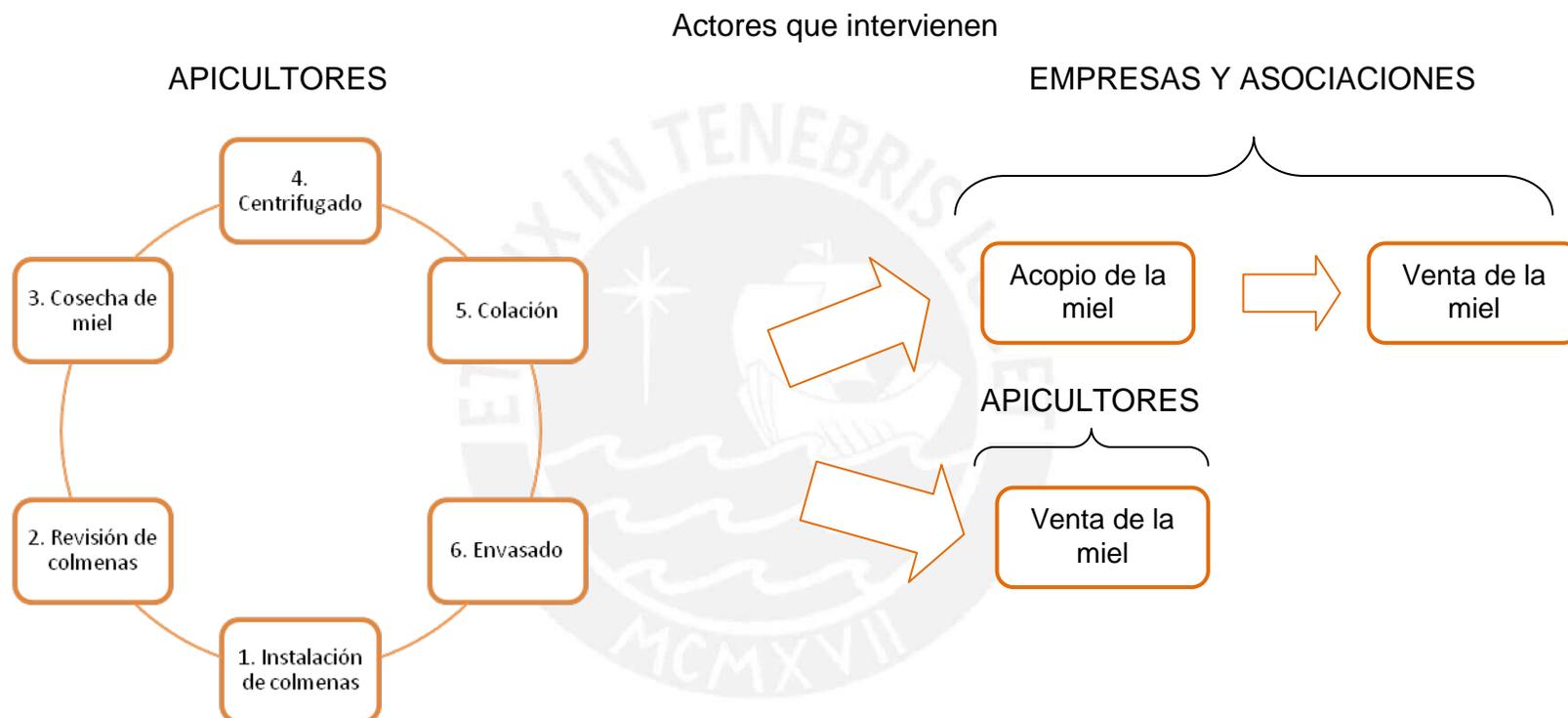
La miel centrifugada pasa a **colarse o decantarse**, pues casi siempre mantiene restos de cera y polen que deben ser retirados antes de que esta sea envasada o consumida. La colación se realiza utilizando una tela delgadita que permite solo el paso de la miel de los recipientes donde ha sido centrifugada a baldes grandes donde será almacenada, los cuales han sido lavados y desinfectados previamente.

Finalmente, la miel **se envasa** en distintos recipientes, que varían de acuerdo al tamaño y presentación de esta. Hay envases de vidrio de  $\frac{1}{4}$  kg,  $\frac{1}{2}$  kg y 1 kg, como también envases de plástico o botellas descartables de 500 ml, 1 lt. o

1.5 lt. La miel también puede almacenarse a granel en galoneras de 10 Kg., las cuales se utilizan para transportarla y comercializarla en grandes cantidades.



**Gráfico N° 5: Cadena productiva de la miel**



*Fuente: elaboración propia.*

Concluido el procesamiento de la miel, también se le puede dar un valor agregado, así como a otros productos que se extraen de las colmenas. Por ejemplo, se pueden preparar jabón, cremas, polimiel (polen más miel), entre otros. Como ya indiqué, la elaboración de estos productos se realiza una vez que la miel ha sido cosechada, centrifugada y colada.

#### 4.4.1. Participación femenina

La participación de la mujer en el proceso productivo de la miel se encuentra bastante más limitada que en el trabajo de producción de café. Así mismo, debe distinguirse la iniciativa de la mujer a desarrollar esta actividad de su participación en el proceso productivo.

Respecto a la participación en ambos casos, algunas apicultoras mencionaron que el temor a trabajar con las abejas, por considerarlas animales peligrosos, las desanima. Por ello, muchas veces son los hombres los que se dedican a esta actividad o los que decidieron iniciarla en algún momento. En esos casos, la mujer se encarga principalmente del procesamiento de la miel, es decir, el centrifugado, colado y envasado de la misma.

No obstante, desde hace un tiempo hay mayor interés por parte de las productoras de café en complementar esta actividad con la apicultura, por lo que el número de apicultoras en San Ignacio ha aumentado. Por otro lado, debido a que la cosecha de miel es una actividad que debe realizarse en pareja, puesto que

así es más sencillo y rápido el trabajo, las mujeres están empezando a involucrarse más en estas actividades, principalmente en la cosecha de la miel.

#### 4.5. La comercialización de la miel

*...pero que pasa que para vender en los mercados grandes piden 1000 kilos mensual y nosotros no podemos acopiar 1000 kilos mensual, es poco la cantidad todavía que nosotros acopiamos. No es como en el café que hay bastantes caficultores, en la miel todavía no se puede a pesar de que tenemos la certificación orgánica a través de IMO CONTROL. (Fani, apicultora)*

Uno de los problemas que enfrentan los apicultores en San Ignacio es la dificultad para la comercialización de la miel, pues acceden a un mercado bastante limitado, a comparación del café; por lo cual el volumen de producción de cada familia no es elevado. Por este motivo, muchos apicultores también prefieren mantener una producción destinada principalmente al consumo familiar.

La dificultad de la comercialización de la miel también está sujeta al volumen que produce la zona. Si bien hay los recursos necesarios, los apicultores mantienen una producción pequeña en comparación con otras zonas del país, con la cual no llegan a cubrir la demanda regional o a exportar la miel. Así mismo, el transporte del producto también dificulta la comercialización, pues los fletes son caros y no existe seguridad de que se podrá vender toda la producción. Además, a esto se agrega que debe tenerse mucho cuidado con el envasado y transporte de

la miel para que esta llegue en óptimas condiciones a su destino y sea adecuada para el consumo humano.

Respecto a los actores que intervienen en la cadena de comercialización de la miel, en este caso solo existen, además de los mismos apicultores que venden su producto de manera individual, **dos empresas familiares y una asociación de apicultores** en San Ignacio.

La diferencia en la comercialización de la miel a través de las empresas y la asociación, o la venta individual se encuentra, más que nada, en el precio final que recibe el apicultor por kilo. Si se trata de venta individual, el apicultor puede llegar a vender a S/.15 el Kg.; mientras que si se trata de acopio de miel en una de las empresas o la asociación, estas pagan al apicultor entre S/. 8 y S/.9 por cada Kg.

Por estos motivos, la venta individual de miel la realizan todos los apicultores, incluyendo los que se encuentran asociados. La presentación de su producto usualmente es en botellas de plástico descartables, mientras que la asociación o las empresas venden la miel en envases de vidrio.

Tanto las empresas familiares como la asociación tienen por objetivo principal el acopio de miel de los apicultores y la venta directa, luego del procesamiento de esta. La diferencia principal entre ambas es que la asociación cuenta con una certificación orgánica otorgada por IMO CONTROL, la cual se gestionó y consiguió a partir del proyecto ejecutado por la MEPSI.

En el caso de las empresas familiares, un rasgo que caracteriza a ambas es que son negocios que responden a un único dueño o familia y que se han constituido con el fin de asegurar y diversificar los ingresos económicos.

#### 4.6. Asociación de apicultores

##### 4.6.1. Asociación Solidaria de Pequeños Productores Apícolas de Bosques Naturales de San Ignacio - Asppabonsi

La asociación se creó el 2006 con apoyo de la MEPSI, en el marco del desarrollo del proyecto para el fortalecimiento de la apicultura en San Ignacio. El objetivo principal del proyecto fue la incorporación de los productores cafetaleros a la apicultura, a quienes se les entregaron las herramientas y los insumos necesarios para que comenzaran con esta actividad, y se les brindó asistencia técnica para que logren un manejo adecuado de las colmenas.

En una siguiente etapa, el proyecto facilitó a los apicultores la formación de la asociación con el objetivo de fortalecer su situación en la cadena productiva de la miel. De acuerdo a la presidenta de Asppabonsi, Mayra Olano, la idea de organizarse surgió como respuesta a la necesidad que tenían los apicultores de acceder a un mercado fijo para su producto. En sus palabras:

*...se buscaba tener mejoras, por ejemplo, buscar un mercado, tener mejoras en producción, mejor presentación del producto, la calidad*

*misma del producto. Entonces se vio la necesidad de organizarse y de cómo tratar, porque a veces así de forma personal...no sé...es difícil. Si de repente pone cada uno un granito de arena entonces se podría lograr de repente más cosas. Entonces por eso es que se vio la necesidad de organizarse, formar esta asociación.*

Una vez constituida la asociación se obtuvo la certificación orgánica para la miel, la cual le otorga un plus adicional al producto, aunque esto no se vea reflejado necesariamente en el precio que se le paga al apicultor por la miel. Para que este acceda a dicha certificación debe pagar un derecho de S/.50 y demostrar que las parcelas de sus cultivos, usualmente café, son trabajadas de manera orgánica.

La asociación cuenta con 35 socios con 15 colmenas en promedio cada uno. Cada colmena produce cerca de 20 kilos de miel por cosecha y se producen entre una y tres cosechas de miel al año, debido a las variaciones en el clima que han afectado a la zona de San Ignacio.

A pesar de que uno de los objetivos de Asppabonsi es facilitar la comercialización de la miel de los socios, este proceso no es nada sencillo, y conseguir un mercado para colocar la producción de todos es difícil. Por ello, cada apicultor es libre de vender lo que considere de su producción de manera individual<sup>103</sup>.

---

<sup>103</sup> Por este motivo, algunos apicultores entrevistados señalaron que la asociación funciona cada vez más como una microempresa, pues es casi imposible el acopio y venta inmediata de la miel de los socios; a diferencia el café que sí tiene un mercado seguro.

Adicionalmente al acopio y venta de miel, la asociación vende otros productos, los cuales son procesados y transformados por la presidenta y su familia: jalea real, propóleo y polen. A partir de estos productos se elaboran polimiel, tintura de propóleo, jarabe de propóleo, cremas y licores.

#### 4.7. Empresas familiares

##### 4.7.1. Montaña Verde S.A.

“Montaña Verde S.A.” es la empresa familiar que la señora Fani formó el 2006 aproximadamente, a pesar de que la apicultura la inició en 1995.

La empresa se dedica al acopio de miel de 300 apicultores, alcanzando un volumen de 5000 kilos por campaña, los cuales se venden por pedidos, a granel o en presentación de envases de vidrio.

El local propio de la empresa se adquirió en el 2002. Antes de eso, la elaboración de los productos derivados de la miel se realizaba en la vivienda de Fani, al igual que la venta de miel que extraía de las colmenas que tenía en el caserío La Nueva Esperanza, lugar donde residía con su esposo e hijos.

La comercialización de los productos -miel, polen, propóleo, entre otros- se hace a través del local de la empresa familiar y de otros lugares, ya que Fani ha diversificado sus puntos de venta. Así, desde hace 8 años se pueden encontrar

sus distintos productos en la Cámara de Comercio Exterior y Turismo de San Ignacio, y en otros negocios distribuidos por la ciudad, como “El Gran Hotel” y la cafetería “Saja”. Así mismo, desde hace 12 años Fani comercializa la miel a otras ciudades como Jaén, Cajamarca, Chiclayo, Tarapoto, Trujillo y Lima.

A través de la empresa también se venden materiales apícolas y se ofrece café orgánico tostado y molido, que la misma Fani y su familia han procesado. Esto último lo hacen con el objetivo de generar mayores ingresos, pues el precio final del café tostado por kilo es mucho mayor comparado al precio que se paga por Kg. de café pergamino.

De igual modo, piensa ampliar la producción y diversificar la transformación de productos, apuntando a la elaboración de licores a base de miel y frutas de la chacra familiar.

Respecto a la rentabilidad de la apicultura y de la empresa en general, Fani señala que: “sí, es rentable, porque hay meses que vendo 4000, 5000 soles y a veces por día me vendo 1000 o 1200”; mientras que actualmente con la venta de café los ingresos familiares alcanzan solo los 30 mil soles al año.

#### 4.7.2. Productos Naturales Reina del Bosque S.R.L.

La empresa “Reina del Bosque” se formó hace 6 años aproximadamente. Al igual que en el caso anterior, surgió por iniciativa de un apicultor que consideraba que la apicultura como empresa privada sí funciona. Para Rossel, la apicultura no

funciona tan bien como asociación porque hay intereses personales muy diversos, que dificultan la comercialización de la miel.

A través de la empresa familiar, Rossel y su familia acopian y comercializan no solo su propia producción, sino la miel de otros apicultores. El 30% de esta corresponde a otros apicultores y el 70% es de su propia producción. En total, anualmente acopian cerca de 7000 kilos de miel, alrededor de 40 kilos por colmena, que se venden a través de la empresa, de la Cámara de Comercio Exterior y Turismo de San Ignacio y de acuerdo a pedidos se envía a Jaén, Lima, Chiclayo, Cajamarca, entre otras ciudades.

Al igual que la otra empresa familiar, a través de esta también se venden materiales apícolas como cajas, ahumadores, caretas, mamelucos, guantes; y se ofrecen otros productos elaborados a partir de miel y polen, como licores, cócteles, jabones y mermeladas.

Al ser una empresa familiar, son los distintos integrantes de la familia los que intervienen en el proceso de producción y transformación de la miel y otros productos. Tanto los hijos como la esposa del señor Rossel, dos hermanos y un primo participan de manera activa en la campaña de cosecha de miel y en el procesamiento de la misma.

Finalmente, cabe resaltar que Rossel tiene planificado expandir la oferta de productos de “Reina del Bosque”, pues desea incursionar en la venta directa de

café convencional al extranjero. En ese sentido, está organizándose con 25 agricultores para lograr este objetivo en el más corto plazo.



## CAPÍTULO 5

### FAMILIAS DE PEQUEÑOS PRODUCTORES CAFETALEROS Y APICULTORES

#### DE SAN IGNACIO

Para poder comprender la situación actual por la que atraviesan las familias de pequeños productores cafetaleros y apicultores en San Ignacio, es importante conocer el contexto nacional de la pequeña y mediana agricultura, pues nos brinda un panorama acerca de la producción de café, en tanto existen características generales en los pequeños (y medianos) agricultores<sup>104</sup>, que también se pueden encontrar en los caficultores y apicultores. Por ejemplo, estos destinan la mayor parte de su producción al mercado y en menor medida producen para el

---

<sup>104</sup> Para mayor información sobre la pequeña agricultura en el Perú y sus características, véase: Eguren, Fernando. Sector agrario, pequeños agricultores y campesino: una visión sucinta. En: *Socialismo y participación*, No 94 (Dic. 2002), pp. 105-124.

autoconsumo, poseen extensiones de tierras menores a las 10 hectáreas y se apoyan principalmente en la mano de obra familiar para desarrollar sus actividades productivas. Así mismo, la problemática que afecta al sector agrario incluye a los pequeños agricultores cafetaleros y apicultores, como se verá más adelante.

Respecto a la pequeña y mediana agricultura a nivel nacional, estas involucran a 2.3 millones de familias, es decir, cerca de 10 millones de personas; encargándose de proveer el 70% de los productos que consumimos todos los peruanos. No obstante, existe una falta de apoyo al sector agrícola. De acuerdo a Lucila Quintana (Conveagro)<sup>105</sup>, esto se debe a que no existe una política agraria integral, no hay mecanismos, instrumentos o financiamiento oportuno para los pequeños agricultores; siendo el gobierno el que debería encargarse de promover las políticas necesarias para el desarrollo integral de la agricultura<sup>106</sup>.

En ese sentido, Eliana Zavaleta, integrante de la JNC – Filial Cajamarca, señala para el caso del café:

*En el caso de las políticas públicas hemos visto como el Estado invierte y prioriza la producción de cadenas de grandes exportadores en la costa, pero no prioriza las políticas de desarrollo de las regiones, y en este caso el café es una de las economías de escala más importante para los pequeños productores, lo cual no puedes con mango, con espárragos, con paprika que un solo productor tiene*

<sup>105</sup> Conveagro es un foro de diálogo y análisis en el que participan gremios e instituciones agrarias, organizaciones de la sociedad civil, académicos y demás interesados en el tema agrario, con el objetivo principal de promover políticas públicas a favor del sector agrícola, así como brindar asesorías, capacitación e información técnica a sus asociados. Para mayor información véase: <http://www.conveagro.org.pe/>.

<sup>106</sup> Información y datos tomados del video “Mistura 2011: la pequeña agricultura – Perú” <http://www.youtube.com/watch?v=FBcGfXGELoY>

*300, 400 o 4000 hectáreas. En cambio acá son pequeños productores con 2.5 hectáreas en promedio. Son minifundios, entonces los productores cafetaleros hoy son una propuesta de desarrollo, aún en un minifundio la capacidad de organizarse, la capacidad de asociarse y que les permite poder desarrollar una cadena productiva en escala muy interesante.*

Por otro lado, entre los principales problemas que enfrentan los pequeños agricultores a nivel nacional se encuentran la falta de créditos, en muchos casos los bajos precios para sus productos<sup>107</sup>, y la falta de apoyo de las autoridades pertinentes. Entre los factores externos que amenazan la pequeña agricultura se encuentran el cambio climático, las excesivas importaciones, el ingreso de transgénicos, entre otros.

En el caso de Cajamarca, este es un departamento con una base productiva fundamentalmente agropecuaria, a pesar de que la minería sea el rubro que más contribuye al Producto Bruto Interno Departamental (PBI). La agricultura es la actividad productiva más importante y se encuentra en el segundo lugar en contribución al PBI departamental. Así mismo, de la Población Económicamente Activa (PEA) departamental, el 57.3% corresponde al sector primario; y de este porcentaje, el 55.8% se dedica a la agricultura<sup>108</sup>.

De igual modo, en San Ignacio la situación de los agricultores es, de acuerdo al censo del año 2007, la siguiente: la PEA empleada mayor de 14 años

---

<sup>107</sup> Si bien en el caso del café en los últimos años esto no ha sido así, debe tenerse claro que es debido a que el precio en el mercado internacional se ha mantenido alto.

<sup>108</sup> Véase: Plan de Desarrollo Regional Concertado Cajamarca 2021, pp. 30-31. <http://www.regioncajamarca.gob.pe/planes/plan-desarrollo-concertado>.

ocupada en actividades agropecuarias es de 78.8%, es decir 33,912 agricultores de los 43,848 que forman parte de la PEA mayor de 14 años total. Así mismo, de este total, el 80.18% son hombres y el 19.81% son mujeres<sup>109</sup>.

De acuerdo al IV Censo Nacional Agropecuario 2012 (CENAGRO), en la provincia de San Ignacio existen 38,023 productores<sup>110</sup>, de los cuales 30,891 son pequeños productores que tienen unidades agropecuarias con una extensión menor a 0.5 hectáreas hasta 4.9 hectáreas como máximo, es decir, el 81.25%<sup>111</sup>. Si se incluye a los productores que poseen unidades agropecuarias que llegan hasta las 9.9 hectáreas, la cifra se incrementa al 92.49% (35,167 productores). Respecto a la asociatividad, el censo señala que del total de pequeños productores, 5,158 (14.63%) pertenecen a alguna asociación, comité o cooperativa de productores, mientras que 30,106 se mantienen sin asociarse.

Por otro lado, el censo señala que en el distrito de San Ignacio hay 8,743 productores con tierras, de los cuales 8,320 son pequeños productores con unidades agropecuarias cuya extensión es de 0.1 a 9.9 hectáreas, es decir, el 95.16%<sup>112</sup>. De estos, solo 1,285 (15.42%) se encuentran asociados.

---

<sup>109</sup> Para mayor información véase: <http://proyectos.inei.gob.pe/mapas/bid/>.

<sup>110</sup> Esta cifra corresponde al total de productores agropecuarios individuales que poseen tierras. El número total, incluyendo a los productores que no poseen tierras es de 38,172.

<sup>111</sup> Gran parte de los productores (17,763) tienen entre 1 a 2.9 hectáreas, lo que representa el 46,72% del total.

<sup>112</sup> Al igual que a nivel provincial, la mayor parte de los productores (75.5%) no supera las 3 hectáreas.

### 5.1. Caficultura en San Ignacio

En primer lugar, es importante señalar que la mayoría de pequeños productores tiene una producción mucho mayor respecto a años anteriores. Esto se debe, entre otras razones, a que a través de la ejecución de proyectos como el Pro-Santuario Nacional Tabaconas Namballe (PRO-SNTN) o el Proyecto Especial Jaén-San Ignacio-Bagua (PEJSIB), los cuales han buscado promover el cultivo responsable del café, transmitiendo los conocimientos necesarios a los agricultores, brindando capacitaciones y asesorías técnicas para ayudarles a incrementar su productividad; se ha logrado que la productividad de las parcelas pase de 10-12 quintales por hectárea por campaña a más de 20 quintales.

Así mismo, las distintas instituciones en la zona –Municipalidad Provincial, organizaciones de pequeños productores, Gobierno Regional, importadores, empresas comercializadoras, etc. – están buscando que los caficultores adopten la producción orgánica.

Otra característica de los pequeños productores cafetaleros de San Ignacio que podemos señalar es que mantienen una producción de otros cultivos, aunque menor en comparación con el café. Tal como señala la responsable del área de Programas Sociales de la MEPSI, Yesenia Núñez:

*Porque la campaña del café tiene unos meses en el año, empieza en marzo y se va hasta octubre a lo mucho. Hay un vacío entre noviembre y febrero del productor cafetalero que no ve otro ingreso, entonces ahí es donde nosotros [la Municipalidad Ecológica Provincial de San Ignacio] entramos con otras actividades productivas.*

Es importante entender que, si bien el grueso de los agricultores en San Ignacio se dedica a la producción de café<sup>113</sup> (80-90% de los productores de acuerdo a la Agencia Agraria) y destinan la mayor parte de sus tierras a este cultivo; esto no significa que no cultiven otros productos<sup>114</sup>, ya sea para la venta local o para el autoconsumo, o que no complementen la producción agrícola con otras actividades productivas, como la apicultura o la ganadería.

Respecto a la cosecha del café, la campaña del 2011 estuvo marcada por dos sucesos importantes. En primer lugar, se produjo una gran escasez de mano de obra en toda la provincia de San Ignacio. Uno de los motivos fue que la cosecha se inició de manera paralela en las tres zonas de producción de café (baja, media y alta), ocasionando que la mayoría de jornaleros, que además también tienen sus propias parcelas, priorizaran la cosecha de su propia producción. En segundo lugar, y como consecuencia de lo anterior, se elevaron los costos de producción, en tanto la mano de obra se encareció significativamente respecto a campañas anteriores. Por ello, muchas familias tuvieron que pagar entre S/.8.00-S/.10.00 por lateo<sup>115</sup> o S/.30-S/.35 por jornal,

---

<sup>113</sup> El IV CENAGRO (2012) señala que a nivel provincial existen en total 28,490 unidades agropecuarias (con tierras de 0.1 a 9.9 has.) y a nivel distrital 7,423. Para el 2010, la Agencia Agraria señalaba que en el distrito de San Ignacio existía un total de 3,360 productores de café, de los cuales 1,008 estaban asociados a alguna organización de pequeños productores. Así mismo, a nivel de la provincia había 16,206 productores, de los cuales 4,862 estaban asociados. Una cifra similar es la manejada por la JNC, que señala la existencia de más de 14,000 productores de café.

<sup>114</sup> Por ejemplo, también se cultivan arroz, soja, plátano, yuca, frutales y cítricos.

<sup>115</sup> Un quintal de café equivale a 20 latas aproximadamente.

montos superiores a los pagados en la campaña del 2010. De este modo, la cosecha de un quintal de café llegó a costar S/.160.00 como mínimo.

Por otro lado, se debe considerar que los pequeños productores de café no cuentan con fácil acceso a créditos o préstamos, ni tienen acceso al seguro agrario, como ocurre con la mayoría de pequeños agricultores a nivel nacional.

Si bien los problemas antes mencionados afectan directamente a todas las familias dedicadas a la producción de café, existe otro problema identificado por algunas organizaciones de pequeños productores y la Agencia Agraria que afecta a los productores orgánicos: la dificultad de las familias para acceder a abonos adecuados para realizar esta producción<sup>116</sup>. Este problema adquiere mayor relevancia en tanto diversos actores de la cadena productiva de café están impulsando el cultivo orgánico en San Ignacio, debido a las ventajas que supone para los pequeños productores, como por ejemplo el mayor precio que se paga por quintal de este café.

Como señalé en el CAPÍTULO 3, actualmente el Perú es el primer país exportador de café orgánico a nivel mundial. Es importante comprender que toda la cadena productiva del café se ve influenciada por la importancia que ha adquirido el café orgánico como un nicho de mercados especiales.

---

<sup>116</sup> Información brindada por el Ing. Tito Ortiz, encargado del proyecto “Fortalecimiento de la cadena productiva del café en las provincias de San Ignacio, Jaén y San Miguel”, ejecutado por el Gobierno Regional de Cajamarca.

En San Ignacio, el énfasis que se le está dando a la producción orgánica de café se evidencia en la exigencia de las organizaciones de pequeños productores para que los socios ingresen a los programas orgánicos, quienes luego de un periodo de conversión que dura 3 años acceden a la certificación orgánica.

Por otro lado, las organizaciones también están buscando acopiar más café orgánico que convencional y buena parte, si no todo el café que exportan, ha sido producido orgánicamente.

Finalmente, señalar que de acuerdo a lo mencionado por algunas familias que han formado parte de los casos de estudio, y otras instituciones involucradas directamente en la comercialización del café; muchos agricultores en San Ignacio todavía se resisten a mejorar sus equipos porque piensan que no van a ser los verdaderos beneficiados con estas mejoras. Se rehúsan a introducir todos los cambios que les recomiendan, prefiriendo no arriesgarse a una mayor inversión de tiempo, dinero y esfuerzo en realizar actividades que pueden o no beneficiarlos, a pesar de que constituyen el eslabón principal de la cadena productiva del café.

## 5.2. Apicultura en San Ignacio

El IV CENAGRO de 2012 señala que en la provincia de San Ignacio existen 1,003 unidades agropecuarias (menores a 10 has.) con un total de 3,327 colmenas de abejas, y que en el distrito hay 408 unidades agropecuarias con

1,522 colmenas que pertenecen a pequeños productores<sup>117</sup>; quienes se dedican a la apicultura como actividad complementaria al cultivo de café. La diferencia principal con la producción cafetalera es que la miel y otros productos que se pueden extraer de la colmena -polen, jale real o propóleo- se destinan al autoconsumo de la familia y una parte a la venta.

No obstante, como señalé en el CAPÍTULO 4, una de las mayores dificultades que enfrentan los apicultores en la zona es la comercialización de la miel, es decir, no existe un mercado definido y permanente al que puedan acceder y vender su producto en grandes cantidades. Primero, porque no existe dicho nicho de mercado por el momento, y segundo, porque los apicultores todavía no producen suficientes cantidades de miel como para establecer contratos previos con algún comprador y/o exportador.

Así mismo, otro de los temas que preocupa sobremanera a los apicultores es el cambio climático, en tanto la inestabilidad y variación del clima afecta la producción de miel. Esto ocurre debido a que las abejas solo pueden trabajar adecuadamente en un clima templado, es decir, en el cual la temperatura no sea muy baja ni muy alta, no se produzcan lluvias todo el tiempo y no haya sequías permanentes. Lo que ha ocurrido en San Ignacio en los últimos años es una variación del clima y de las lluvias, mermando la producción local de miel de acuerdo a lo señalado por los mismos apicultores.

---

<sup>117</sup> Wilson Larreátegui, técnico del Área de Servicios Sociales de la MEPSI y socio de Asppabonsi señala que existen aproximadamente 1200 apicultores, mientras que el Ing. Ronald García del Área de Producción y Medio Ambiente de la MEPSI señala que hay 1500 apicultores en toda la provincia.

### 5.3. Familias de pequeños productores cafetaleros y apicultores: descripción de casos de estudio<sup>118</sup>

A continuación se presentan los casos de estudio que han formado parte de esta investigación. Por un lado, tenemos siete familias dedicadas a la producción de café y, por otro lado, siete familias dedicadas a la producción de café y de miel, sumando en total 14 casos de estudio<sup>119</sup>.

#### 5.3.1. Familias dedicadas al cultivo de café

Estos casos consisten en familias que se dedican casi exclusivamente a la producción de café. Cada una de estas presenta características diferentes, en tanto la lógica de producción familiar, así como las dinámicas familiares influyen y determinan, en algunos casos, cómo desarrolla la familia esta actividad productiva.

##### 5.3.1.1. Caso 1: Familia articulada al mercado a través de una asociación de cafetalera y de su empresa familiar

Juan (55 años) está casado con Hermelinda (49 años), o Nelly, como le gusta que la llamen. Tienen cuatro hijos, de los cuales tres se encuentran en

---

<sup>118</sup> Puede verse el Anexo 3: Características de las familias cafetaleras y apicultoras. Este detalla aspectos generales de los casos de estudio, los cuales han sido identificados a partir de los datos obtenidos en las entrevistas, conversaciones informales y observación participante a las familias.

<sup>119</sup> En algunos casos se obtuvieron más datos debido a la posibilidad de realizar más de dos entrevistas y a más de dos integrantes de las familias. No obstante, considero que se pudo reunir la información necesaria para desarrollar el concepto de estrategias familiares y la tipología de las mismas, las cuales se presentarán en el siguiente capítulo.

Cajamarca: Javier (24 años) y Nataly (18 años) están estudiando actualmente en la Universidad Nacional de Cajamarca y Karina (28 años) radica allá desde hace tiempo. Su otra hija, Tania (26 años), vive en San Ignacio con su esposo y su hijo de 2 años en su propia casa.

Actualmente, Juan vive con sus padres, su esposa y sus dos hijos menores, cuando estos no se encuentran en Cajamarca estudiando, en una casa en la ciudad de San Ignacio. Esta es una herencia de los padres de Juan, donde también se encuentra el taller de carpintería en el cual se ocupa cuando no hay campaña de café.

Si bien Juan aprendió de sus padres, quienes llegaron de Ayabaca junto con él y sus dos hermanos cuando el primero tenía 6 años y comenzaron el cultivo en el caserío “2 de mayo”, tal como su esposa mencionó durante una entrevista: “se trabaja el café porque es el cultivo de la zona, el producto bandera y el que da más”.

En el caso de ella, su familia siempre se ha dedicado al cultivo de café en Jaén, lugar donde nació, el cual decidió continuar cuando migró a San Ignacio y conoció a Juan. Ambos se dedican al cultivo de café desde 1980 y hace 29 años adquirieron el terreno que forma su parcela “Los Pinos”, ubicada en el caserío Bajo Potrerillo a 10 minutos en mototaxi de la ciudad de San Ignacio.

La parcela tiene una extensión de 1.5 hectáreas y se encuentra completamente cultivada con cafetos y algunos árboles de sombra o frutales como

plátanos y naranjos. En la campaña del 2011, Juan y su familia cosecharon entre 60 y 70 quintales, de los cuales el 40% fue vendido a los comerciantes, al igual que el café de segunda. Durante toda la campaña, contrataron jornaleros para la cosecha selectiva del grano maduro, el deshierbo, la poda y abonamiento de la parcela, participando ellos también de estas actividades. El beneficio del café, al igual que en años anteriores, lo han realizado Juan y su esposa.

Por otro lado, en la chacra se encuentran un huerto y un espacio para la crianza de cuyes, de los cuales se ocupa Nelly, y cuya producción está destinada para el autoconsumo de la familia.

Respecto a la asociatividad de la familia, Juan tiene una historia que se remonta a los años 80. Primero fue socio de la Cooperativa Agraria Frontera San Ignacio por un periodo de 29 años, llegando a ser presidente de la Asamblea General entre 1983 y 1985, y luego Gerente entre 1991 y 1992. Actualmente, él ya no pertenece a Frontera; hace tres años que se asoció a Unicafec, donde acopia el 60% de su producción, pues considera que es una de las organizaciones de pequeños productores que más se involucra en la ejecución y diseño de programas sociales para beneficiar a los productores, busca el fortalecimiento de capacidades de sus socios y las familias de estos, y está buscando constantemente mejorar la productividad de los socios. Tal es así que Unicafec ha ganado recientemente el financiamiento del concurso de Agroideas del Programa para la Compensación de la Competitividad (PCC) del Ministerio de Agricultura y Riego, valorizado en un millón de soles, a través del cual se construirán plantas de

beneficio en las chacras de los socios que estén interesados, para lo cual la asociación ha decidido que Juan se encargue de la consultoría, pues él junto con su hijo Javier diseñaron una miniplanta de beneficio que tienen en su finca, la cual los ha hecho ganadores de diversos concursos<sup>120</sup>.

De acuerdo a Juan, hace 10 años que es productor orgánico y que realiza un cultivo responsable del café, lo cual lo ha llevado a formar su propia empresa familiar, en la cual participan él, su esposa y sus hijos. Esta empresa, que se llama “Agrotur S.A.”, fue formada hace dos años y a través de ella esperan iniciar nuevas actividades, pues quieren convertir la finca “Los Pinos” en una parcela demostrativa, construir algunas habitaciones e incursionar en el turismo vivencial. Además, quieren hacer crecer más la empresa para sacar una propia marca de café con los productores de la zona y venderla directamente.

#### 5.3.1.2. Caso 2: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera

Abel (44 años) está casado con Ana (43 años) y tienen cinco hijos, de los cuales dos se encuentran estudiando en el colegio y uno en el Instituto Superior

---

<sup>120</sup> Juan y Tania han participado y ganado en el concurso Ramp Perú en el 2007, presentando el proyecto del tanque seleccionador de cafés especiales, el cual consiste en simplificar el proceso de lavado y selección de los granos, al no ser necesario el uso de equipos adicionales como la zaranda. En el 2009 ganaron el concurso de Ashoka, el cual les ha otorgado 3 años de financiamiento para continuar mejorando el proyecto de la construcción del tanque seleccionador. Finalmente, el 2011 ganaron el concurso de FINCyT, realizado por el Programa de Ciencia y Tecnología de la PCM, con el proyecto de construcción y validación de una miniplanta de beneficio de cafés especiales: tanque tina de lavado y selección de granos y un secador solar con capacidad para almacenar 18 quintales de café.

Tecnológico de San Ignacio. De las hijas mayores, Marianey (24 años) está terminando de estudiar administración en el mismo instituto que su hermano y vive en San Ignacio, en la casa que su familia está construyendo. Magaly (21 años) vive con sus padres y su hijo de 1 año. A excepción de Marianey, toda la familia vive en la chacra ubicada en el caserío “López”, que se encuentra a 45 minutos a pie del centro del caserío, al cual se accede en mototaxi desde la ciudad.

Abel y su esposa son migrantes de segunda generación, pues sus padres migraron de Ayabaca hace 50 años con el objetivo de comprar tierras y dedicarse al cultivo de café, como muchos hicieron en aquella época. De ellos, Abel y Ana aprendieron el cultivo y la producción de café, el cual realizan hace bastante tiempo en su propia chacra. Para ellos y sus hijos, la producción de café es una tradición familiar y están buscando aumentar la producción y mejorar el cultivo.

La chacra de Abel y su familia tiene una extensión aproximada de 3 hectáreas, de las cuales 2 se encuentran adyacentes a la casa de la chacra, y 1 se encuentra ubicada a unos minutos caminando.

En la campaña del 2011, Abel y su familia cosecharon entre 30-35 quintales de café, los cuales fueron entregados en su totalidad a la Cooperativa Frontera, de la cual él es socio hace 12 años. A través de esta han podido acceder a la certificación orgánica, de modo que la producción se realiza siguiendo los requerimientos necesarios y haciendo uso de las herramientas y abonos orgánicos permitidos. Además, como él mismo señaló en una entrevista, “[nos asociamos

para] tener apoyo de capacitaciones técnicas y asesorías de profesionales. Si el agricultor se asocia es para tener más ganancias”, lo cual ha sido posible gracias a la venta de café orgánico, que tiene un precio más elevado que el café convencional.

Así mismo, en la chacra se cultivan hortalizas y otros productos destinados al consumo familiar, y se crían cuyes y aves de corral también con este objetivo. De estas actividades se encargan principalmente Ana y Magaly, mientras que en las actividades propias del proceso productivo del café intervienen todos los hijos y, eventualmente, reciben apoyo de algunos familiares cuando se trata de un caso crítico<sup>121</sup>. Esto se combina con el contrato de jornaleros para la cosecha, deshierbo, poda y abonamiento.

### 5.3.1.3 Caso 3: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera

Elmer está casado con Francisca, con quien tiene una hija de 6 años. Los tres viven en el caserío “Chamanal”<sup>122</sup>, en una casa que comparten con la madre

<sup>121</sup> Por ejemplo, evitar la caída del café maduro.

<sup>122</sup> “Chamanal” es un caserío que se encuentra a una hora y media en auto de la ciudad de San Ignacio. Es uno de los últimos caseríos antes de llegar al distrito de Chirinos. Chamanal tiene 180 familias, cerca de 500 habitantes, los cuales se dedican a la agricultura: cultivo de café, cacao y granadilla para la venta y el cultivo de maíz para el consumo familiar. De las familias dedicadas a la producción de café, algunas se encuentran organizadas en comités de base hace más de 20 años, y acopian su café en las empresas Perhusa S.A.C, Comercio&Cía S.A., y en las organizaciones Sol&Café, Coinca y Cenfrocafé. Adicionalmente, hay 6 familias que se dedican a la apicultura, quienes comenzaron de manera individual y luego se organizaron con apoyo de la municipalidad de San Ignacio.

de Elmer, la señora Eleodora, con el hijo menor de ella que ha regresado de Chiclayo, y con la nieta de doña Eleodora.

Los otros tres hermanos de Elmer no viven con ellos, pues una tiene su propia casa en Chamanal, otra vive en Jaén con su familia y su otro hermano ha estudiado administración y vive en Chiclayo.

Elmer y su esposa tienen una parcela de 1 hectárea, que es herencia de la señora Eleodora. Ella repartió 5 hectáreas entre sus 5 hijos, y actualmente solo se encarga de cultivar una hectárea ella misma. Todas estas parcelas se encuentran adyacentes y en el caserío, ubicadas a 20 minutos caminando de la casa.

Debido a que la chacra en realidad es una sola, aunque las parcelas son cultivadas y administradas de manera independiente, Elmer, su hermana que también vive en Chamanal y su madre comparten las instalaciones y herramientas para el beneficio del café. No obstante, cada uno contrata personal para la campaña de cosecha y, eventualmente, reciben “fuercitas” de los vecinos<sup>123</sup>.

Por otro lado, en la chacra también se cultivan otros productos para el autoconsumo y las parcelas se encuentran diversificadas con árboles de sombra y frutales.

---

El caserío cuenta con una escuela construida hace 50 años, una posta que funciona desde el año 2000 y entre las autoridades representativas se encuentran el Teniente Gobernador, el Agente Municipal y el Presidente de la Ronda Campesina (Florentino Peña, Teniente Gobernador del caserío Chamanal).

<sup>123</sup> De acuerdo a Elmer, el término “fuercitas” se refiere al apoyo que se brindan entre vecinos para la cosecha de café, la poda o el deshierbo.

Por su lado, Elmer trabaja a medias las parcelas de sus hermanos que no viven en Chamanal, encargándose él de la producción de café y recibiendo una parte de los ingresos. Así mismo, cuando no es campaña, también se dedica al trabajo en construcción (albañilería) y al estampado de polos.

Debido a que la señora Eleodora es socia de Sol&Café y las 6 hectáreas de producción de café se encuentran registradas a su nombre en la cooperativa, sus hijos tienen la oportunidad de vender su café a esta cooperativa y beneficiarse de la certificación orgánica que ella tiene, al igual que de los demás beneficios como créditos pre y post-cosecha, préstamos para abonos orgánicos, capacitaciones y asesorías técnicas.

En la campaña del 2011 acopiaron 45 quintales a la cooperativa, de los cuales 17 quintales pertenecían a Elmer y 15 quintales a doña Eleodora.

#### 5.3.1.4. Caso 4: Familia articulada al mercado a través de intermediarios sin vínculos con las organizaciones de productores

Tania (26 años) vive con su esposo Henry y su hijo de dos años en San Ignacio. Tal como señalé al inicio de esta sección, ella es hija de Juan y Nelly, motivo por el cual la producción de café es una tradición familiar y gracias a ello continúan los constantes intercambios de opiniones y consejos al respecto ahora que Tania ha formado su propia familia.

Ella y su esposo se conocieron en la ciudad de Cajamarca y luego de culminar sus estudios en la Universidad Nacional de Cajamarca decidieron casarse y mudarse a vivir a San Ignacio. Con el apoyo del padre de Tania, quien se encargó de conseguirles un terreno apropiado para el cultivo de café, ella y su esposo adquirieron una chacra hace cuatro años, en la cual viven y que está ubicada en la misma ciudad de San Ignacio a la altura de la salida que conduce al distrito de Namballe. Esta chacra tiene una extensión de 2.5 hectáreas, de las cuales 1 hectárea se encuentra cultivada con café y, en menor cantidad, otros cultivos, y el resto son pastos que se alquilan.

El cultivo de café se alterna con otras actividades que la pareja desarrolla. Por su parte, Henry tiene un taller de soldadura de manera permanente, y Tania trabaja en el Patronato del Santuario Nacional Tabaconas Namballe<sup>124</sup>, y en la empresa que ha formado su familia, “Agrotur S.A.”.

La realización y combinación de estas distintas actividades tiene por objetivo, tal como lo afirmaron ambos, reunir el dinero suficiente para iniciar la construcción de un solar que han adquirido en el sector Chililique, en San Ignacio, y poder sembrar ordenadamente la parcela para las siguientes campañas, aumentar la producción e implementar la chacra con la infraestructura necesaria para el beneficio del café, pues para ese momento no contaban con una despulpadora o un tanque tina y el procesamiento del café, una vez cosechado, se

---

<sup>124</sup> Organización sin fines de lucro que se formó una vez concluido el PRO-SNTN y que tiene como objetivo diseñar y ejecutar proyectos de desarrollo agroproductivos con las familias asentadas en las zonas de influencia y amortiguamiento del Santuario.

realizaba en una planta que quedaba cerca a la chacra y por la cual tenían que pagar S/.1.00 por lata de café; además del pago a los trabajadores y los gastos de abonamiento.

Como señalé, Tania y Henry se dedican al cultivo de café convencional hace cuatro años. En la campaña del 2011 cosecharon 6 quintales, los cuales han sido vendidos al comercio, pues no pertenecen a ninguna organización de pequeños productores y tampoco han pensado asociarse. Esto se debe a que ambos consideran que las organizaciones no respetan necesariamente los precios ni la calidad del café de sus socios, pues lo mezclan, buscando beneficiar a la misma organización más que a los productores que las conforman.

#### 5.3.1.5. Caso 5: Productora articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera

La señora Doraliza se dedica al cultivo de café de manera directa desde el 2006, año en el que se asoció a la Cooperativa de Servicios Múltiples “Aprocassi”. Si bien su familia se ha dedicado siempre al cultivo de café, antes de enviudar era su esposo el que se encargaba del manejo y administración de las chacras y ella se dedicaba a la administración de su propio restaurante, el cual mantuvo por 15 años y que cerró el 2010 para dedicarse exclusivamente a la producción de café.

Ahora es dueña de una chacra de 2.5 hectáreas que heredó de su padre, la cual se encuentra ubicada en el sector “El Rejo”, a las afueras de la ciudad de San

Ignacio. Además de esta chacra, Doraliza también posee 1 hectárea en el caserío “Los Llanos” y 6 hectáreas en el caserío “Gramalotes”, en el distrito de San José de Lourdes.

En la campaña del 2011 cosechó en total 100 quintales de café orgánico, ya que cuenta con esta certificación desde el 2008; los cuales fueron acopiados en su totalidad a Aprocassi.

Para acopiar toda esa cantidad de café, Doraliza comentó que fue necesario el contrato de mano de obra intensiva, tanto para la cosecha como para el deshierbo, poda, abonamiento y una parte del beneficio del café, que usualmente lo comparten todos los integrantes de una familia, pero que en su caso es realizado solo por ella. Así mismo, esto también fue necesario debido a que la chacra no cuenta con las instalaciones para el beneficio del café, ya que el tanque tina, la despulpadora y el espacio para el secado de los granos se encuentran en la casa en la cual vive Doraliza en la ciudad de San Ignacio.

Respecto a su participación en Aprocassi como socia, Doraliza ocupó el cargo de presidenta del Comité de Mujeres (CODEMU) durante 3 años, el cual debía dejar el 2012. El CODEMU, además, se encarga de la administración de la cafetería Saja, que pertenece a Aprocassi. De este modo, la cooperativa busca fomentar una participación más activa de las socias, aunque esto no siempre es factible, pues muchas prefieren no involucrarse directamente por cuestiones de

disponibilidad de tiempo, dejando que sus esposos sean los que mantengan un rol activo en la cooperativa.

Por otro lado, Doraliza, junto con otros 12 socios de Aprocassi, ha participado en el proyecto de “Fortalecimiento de la cadena productiva del café”, ejecutado por el Gobierno Regional de Cajamarca en coordinación con algunas organizaciones de pequeños productores. El objetivo de este proyecto ha sido fortalecer las capacidades de los pequeños productores e impartirles los conocimientos necesarios para que incrementen su productividad y lleven a cabo de manera adecuada el cultivo de café orgánico.

Finalmente, es importante señalar que Doraliza combina las actividades productivas de la chacra, que no se limitan solo al cultivo de café, sino de otros cultivos complementarios para el autoconsumo, con la crianza de aves de corral.

#### 5.3.1.6. Caso 6: Productor articulado al mercado a través de una cooperativa cafetalera

El señor José (49 años) nació en Ayabaca, desde donde migró a San Ignacio buscando un lugar para establecerse e iniciar el cultivo de café hace más de 20 años. Si bien allá ya se dedicaba a la agricultura, fue recién cuando adquirió el terreno en el caserío “Cruz de Chalpón” que incursionó en la producción de café, complementándola con el cultivo de otros productos como maíz, yuca, plátanos, etc. para el autoconsumo.

La chacra, que actualmente le pertenece únicamente a él, pues ninguno de sus cinco hijos se dedica a la agricultura; tiene una extensión de 8 hectáreas, de las cuales 2 se encuentran sembradas de cafetales. El total de la cosecha de café de cada campaña es acopiado a “Aprocassi”, cooperativa a la cual pertenece hace varios años José, y a través de la cual ha conseguido la certificación de producción orgánica.

De este modo, el beneficio del café, así como el proceso productivo, es realizado por José respetando los estándares de producción orgánica que exigen la certificadora y la cooperativa. Si bien el beneficio post-cosecha del café lo realiza él solo, para esta siempre es necesario el contrato de jornaleros, lo cual se acompaña, eventualmente, con “fuercitas”, es decir, apoyo de sus hermanos y/o vecinos, quienes también se dedican a la caficultura, para el “chaleo”<sup>125</sup> o el deshierbo de la chacra.

Adicionalmente, José se dedica a la albañilería y es dueño de un puesto de comercio en el “mercadillo” de San Ignacio, el cual administra y en el que trabaja una de sus hijas, quien además vive en la casa que José ha construido en el pueblo.

---

<sup>125</sup> De acuerdo a José, el “chaleo” consiste en la limpieza del terreno para volver a sembrar en la chacra.

### 5.3.1.7. Caso 7: Productora articulada al mercado a través de una asociación cafetalera

Odalís (24 años) vive con sus padres y dos de sus hermanos en el caserío “2 de mayo”. Allí toda su familia se dedica al cultivo del café, trabajando de manera conjunta durante las campañas anuales.

Si bien Odalís comparte la residencia con sus padres, la producción de café se maneja de manera independiente. Hace cinco años que el padre de Odalís le cedió cerca de una hectárea de su parcela para que ella misma la cultive. Desde ese entonces decidió asociarse a “Unicafec” -asociación a la cual también pertenece su papá- e iniciar ella misma el cultivo de café, el cual siempre le había interesado, pues estudió la carrera de técnica agropecuaria en el Instituto Superior Tecnológico de San Ignacio. Esta formación le ha permitido ocupar el puesto de Inspectora en el área técnica de Unicafec, realizando salidas al campo y capacitando a los productores.

Así mismo, Odalís ocupa el cargo de secretaria del comité de mujeres de Unicafec “UMPROEC”, a través del cual se gestionan distintas actividades para que las socias participen y se involucren más en la organización. Por ejemplo, a través de este comité se está exportando café femenino, lo que permite a las socias recibir un plus adicional sobre el precio del café orgánico, ya que todos los socios cuentan con certificación de producción orgánica de café. Así mismo, todos

tienen acceso a los créditos y préstamos de pre y post-cosecha, créditos de abono y capacitaciones permanentes en el tema de producción de café.

Si bien en la campaña del 2011 Odalis cosechó 7 quintales, ella señaló que para el 2012 pensaba acopiar 15 quintales luego de hacer una renovación total de la parcela.

Finalmente, cabe señalar que Odalis es una de las socias de Unicafec que además es beneficiaria del proyecto de la organización Heifer International Perú<sup>126</sup>, “Vida saludable y producción sostenible de familias campesinas cafetaleras de Lambayeque y Cajamarca”, el cual se está ejecutando en Unicafec y en dos organizaciones más de pequeños productores cafetaleros. Como beneficiaria de este proyecto, Odalis ha recibido los materiales necesarios para sembrar un biohuerto y para iniciar la crianza de cuyes para el autoconsumo.

### 5.3.2. Familias dedicadas al cultivo de café y producción de miel

A continuación presento los siete casos de familias de pequeños productores cafetaleros que complementan esta actividad con el desarrollo de la apicultura<sup>127</sup>. Cada uno de estos casos presenta características diferentes, en

---

<sup>126</sup> El proyecto que Heifer está ejecutando consiste en fomentar la diversificación de las actividades productivas, ofreciéndoles a los socios la posibilidad de iniciar la apicultura, la crianza de cuyes o el cultivo de biohuertos. De este modo, se busca que los socios de las organizaciones seleccionadas diversifiquen su producción y adquieran las capacidades y conocimientos necesarios para mejorar su seguridad alimentaria (Ing. Daniel Ríos, encargado del proyecto en Unicafec).

<sup>127</sup> Si bien se considera que el sector apícola se compone de la producción de miel, jalea real, polen y propóleo, por ser todos productos que se extraen de las colmenas, en el estudio que hemos realizado con las

tanto la lógica de producción familiar y la diversificación de actividades productivas influyen y determinan, en algunos casos, cómo está desarrollando la familia ambas actividades.

#### 5.3.2.1. Caso 8: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera y de la asociación de apicultores

José Luis (44 años) es productor cafetalero y apicultor. Está casado con Luisa (27 años), con quien tiene dos hijas pequeñas de 8 y 5 años. Los cuatro viven en una casa construida por José en el caserío “Mandinga”, el cual se encuentra a 15 minutos en mototaxi de la ciudad de San Ignacio.

José Luis inició el cultivo de café convencional hace 20 años aproximadamente. Tiene una chacra de 1 hectárea donde ha cultivado café y donde crían aves de corral para el autoconsumo de la familia. Dicha chacra se encuentra adyacente a los terrenos de sus dos hermanos, quienes también viven en Mandinga y con los cuales se colabora de vez en cuando con “fuercitas” durante la campaña de café.

No obstante, cada hermano realiza el proceso productivo de manera independiente, y cada chacra cuenta con su propia infraestructura para el beneficio del café.

---

familias solo hemos considerado la producción de miel, debido a que la extracción de los otros productos no se encuentra tan extendida en la zona.

Adicionalmente, José Luis se dedica a la albañilería cuando concluyen las actividades relativas a la producción de café y cuando no hay cosecha de miel.

En la campaña del 2011 la pareja cosechó 25 quintales, de los cuales 15 fueron destinados a la venta en el comercio y 5 fueron vendidos a la cooperativa en la cual los hermanos de José Luis se encuentran asociados. Él señaló que para el 2012 deseaba tecnificar la chacra y aprender a mejorar el cultivo del café, para así incrementar la productividad.

Respecto a la apicultura, incursionó en esta actividad por iniciativa propia en el 2000. Comenzó con 4 colmenas y actualmente cuenta con 25, las cuales también se encuentran ubicadas en Mandinga. Fue a raíz de su participación en el proyecto de “Fortalecimiento de la cadena productiva apícola de San Ignacio” que José Luis incrementó sus colmenas de 4 a 25. Así mismo, antes del término del proyecto, la Municipalidad de San Ignacio fomentó la formación de una organización de apicultores, “Asppabonsi”, a la cual se asoció en el 2009. De este modo, una parte de su producción de miel y otros productos como polen, jalea real y propóleo son acopiados en la asociación, pero sin descuidar la venta individual de miel y polen. Las actividades propias de la apicultura: cosecha de miel, procesamiento y envasado las realizan de manera conjunta José Luis y su esposa.

### 5.3.2.2. Caso 9: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera y de la asociación de apicultores

La señora Mayra (38 años) nació en San Ignacio. Su madre es de Huancabamba y conoció a su esposo Wilson en San Ignacio, una vez que se hubo instalado allí por razones de trabajo.

Mayra y Wilson (41 años) tienen tres hijas de 17, 11 y 8 años. Los cinco viven en una casa alquilada en la ciudad, donde además funciona el local de “Asppabonsi”.

Mayra y Wilson se dedican a la caficultura y apicultura hace 6 y 10 años respectivamente. Tienen una chacra de 1.5 hectáreas en el caserío “Peringos”, donde han sembrado café y otros productos para el consumo familiar, el cual venden como convencional a los comerciantes. En la campaña del 2011 vendieron 55 quintales de café.

Por otro lado, ambos están en proceso de asociación a la cooperativa “Aprocassi”, a través de la cual podrían adquirir en un futuro cercano la certificación orgánica para su café.

En la chacra también se encuentra el apiario, en el cual tienen 25 colmenas de las cuales extraen 18 kilos de miel en promedio por cada colmena. Wilson y Mayra, al igual que muchos otros apicultores de San Ignacio, participaron en el proyecto apícola ejecutado por la MEPSI y, una vez que se hubo formalizado la

asociación de apicultores de San Ignacio, Asppabonsi, Mayra se asoció en el 2009 y ha sido la presidenta desde entonces.

Como parte de sus funciones en la asociación, Mayra acopia la miel de los 35 socios y se encarga del procesamiento y envasado de esta con el apoyo de sus hijas, así como de otros productos que se extraen de las colmenas (propóleo, jalea real y polen). La venta se realiza en su casa, y en años anteriores Wilson y ella han tenido la oportunidad de participar en ferias agropecuarias y de viajar a Lima para participar en la Feria Mistura.

Por otro lado, debido a que Mayra es profesora de primaria en una escuela en el caserío “El Porvenir”, y Wilson trabaja como técnico apícola en la municipalidad de San Ignacio y eventualmente realiza trabajos de carpintería; ambos reciben el apoyo del hermano de Mayra para la contratación de personal durante la campaña de café y para supervisar que las actividades se desarrollen normalmente. No obstante, Mayra y Wilson realizan el beneficio del café los fines de semana y la cosecha de miel cuando es campaña.

Así mismo, ambos están pensando incrementar el número de sus colmenas a 100 en un periodo de 3 años, lo cual les permitiría obtener mayores ingresos para terminar la construcción de un solar que han comprado en San Ignacio, y pagar la educación de sus hijas.

### 5.3.2.3. Caso 10: Familia articulada al mercado a través de una asociación cafetalera y de su empresa familiar

Rossel (46 años) vive con su esposa María (48 años), dos hijos y una hija – todos mayores de edad– en San Ignacio, en el sector Chililique. Allí tienen una casa propia y el local de la empresa familiar dedicada a la venta de productos apícolas que constituyeron en el 2005, “Reina del Bosque S.A.”.

Rossel inició la apicultura en 1999 con 5 colmenas, las cuales instaló en su chacra del caserío “Timaruca”. Progresivamente fue aumentando el número de colmenas hasta llegar a las 220 que su familia tiene actualmente. De estas, veinte ya son trabajadas de manera compartida con familias de apicultores que han prestado sus terrenos para ubicar los apiarios y pronto se va a iniciar el trabajo de otras 15 colmenas. En total son seis familias de apicultores que trabajan con Rossel de manera compartida en los caseríos de “Peringos”, “Nueva Esperanza”, “Calabazo”, “Buenos Aires”, “El Carmen”, “Bajo Potrerillo” y “2 de mayo”. El trabajo lo realiza la familia, que ha aprendido y ha sido capacitada por Rossel, y este participa en algunas ocasiones durante las cosechas. Las ganancias son equitativas, es decir 50% para cada uno, ya que los materiales y las colmenas han sido suministrados por Rossel, pero el trabajo lo realizan estas familias.

Así mismo, desde el 2005, dos de sus hermanos y un primo trabajan en la empresa familiar y se encargan del manejo de algunos apiarios. En total, estos se encuentran ubicados en cinco terrenos que tienen una extensión de 4 hectáreas y

que pertenecen a Rossel. La chacra que se encuentra en Timaruca tiene una extensión de 3 hectáreas, de las cuales 2.25 han sido cultivadas con café y se trabajan de manera orgánica. El resto del terreno está sembrado de frutales y otros árboles de sombra para el café, y en este también se encuentra un vivero de plántones de café que se cultivan para la venta. De igual modo, cerca de una hectárea de terreno está sembrada de diversos cultivos complementarios como piña, naranja, chirimoya y mandarina, de los cuales una parte se venden en el mercado local y en Chiclayo, y otra parte son utilizados para la transformación en mermeladas, que se venden a través de la empresa familiar. La señora María es quien se encarga de la transformación de estos productos derivados.

Por otro lado, Rossel y su familia también se dedican al cultivo de café. Este se inició por el año 2000, cuando él y otros caficultores formaron “Apesi”. Rossel fue el primer presidente de la asociación y estuvo en el cargo desde el 2000 hasta fines del año 2002. A partir de entonces se ha mantenido como socio activo y vende casi el 100% de la producción de café orgánico de su chacra, la cual alcanzó los 104 quintales en la campaña del 2011. Solo 5 o 6 quintales son guardados para alguna emergencia.

Para el trabajo del café se contratan jornaleros durante la campaña, quienes se encargan de la cosecha, deshierbo, poda y abonamiento. El beneficio del café, como en casi todos los casos presentados hasta el momento, lo realiza la propia familia. En la chacra, cuentan con la infraestructura necesaria: pozo de

lavado, pozo de fermento, pozo de zarandeo, despulpadora, un reservorio de agua y un área para el secado del café.

De acuerdo a Rossel, de los ingresos que la familia percibe por la caficultura, el 40% se invierte en mejorar la chacra y los cultivos, y el 30% se invierte en la educación de los hijos. De los ingresos procedentes de la apicultura, el 25% se invierte en implementar la empresa familiar.

Como apicultor y caficultor, Rossel ha tenido la oportunidad de participar en los proyectos de PRO-SNTN y PEJSIB, recibiendo capacitaciones y asesorías técnicas. Estas, además, han sido complementadas con distintos cursos que ha seguido en gerencia y liderazgo, además de su formación como técnico agropecuario.

Finalmente, Rossel se ha organizado recientemente con 25 agricultores para comenzar a exportar café convencional directamente al extranjero; esperando exportar 5 mil quintales de café a Japón para la campaña del 2012, para lo cual ya habían establecido los contactos iniciales con algunos compradores. Por ello, Rossel está mejorando la infraestructura de la empresa, para poder hacer un procesamiento adecuado del café. Por otro lado, también ha planeado cultivar los terrenos donde se encuentran los apiarios para incrementar la producción de café.

#### 5.3.2.4. Caso 11: Familia articulada al mercado a través de una asociación cafetalera y de su empresa familiar

Fani (46 años) nació en el caserío “La Nueva Esperanza”, ubicado a 20 minutos en mototaxi de la ciudad de San Ignacio, donde su familia se dedicó siempre al cultivo del café. Por ello, cuando se le pregunta ¿hace cuánto tiempo que es caficultora? Ella responde “pues, toda la vida”.

Desde hace 23 años Fani desarrolla esta actividad junto con su esposo, Euler (51 años). Juntos han tenido cinco hijos, de los cuales los dos mayores viven en Trujillo, la hija mayor y su tercer hijo se encuentran estudiando en la universidad en la misma ciudad, y su hijo menor estudia en uno de los colegios de San Ignacio.

Euler es antropólogo de profesión y tiene un cargo en la MEPSI. Por este motivo, es en realidad Fani quien se dedica principalmente a la caficultura y apicultura; y la que administra la empresa familiar que formaron en el 2006: “Montaña Verde S.A.”. En sus propias palabras: “[lo que me motivó a formar la empresa] fue para tener un ingreso más en el hogar, porque mi esposo trabaja en oficina y qué iba a hacer yo ¿no? Tenía que hacer algo por la vida”.

Como apicultora, ella desarrolla esta actividad desde 1995 y ha participado en diversas capacitaciones, seguido cursos y recibido certificados a cargo de “Abejas del Perú” y el PRO-SNTN. Gracias a estas certificaciones, ella ha podido

incrementar sus conocimientos en lo referente a la producción de miel y ha podido aprender a elaborar otros productos a partir de esta, y brindarle un valor agregado.

En el año 2009 Fani decidió asociarse a “Asppabonsi”, pues consideraba que “...los agricultores pueden aprovechar esta miel y tener un ingreso más aparte del café. Con esa idea nos asociamos, para tener un mercado igual que el café”, pero debido a las dificultades que enfrenta la asociación para la comercialización de la miel, Fani considera que la asociatividad como parte de esta actividad no es muy factible: “Como asociación [...] no da, no ha funcionado. [...] porque como individual tú puedes “marketear” tu miel, salir, venderla, pero como asociación no pues, ¿quién va a pagar eso?”.

Por otro lado, como caficultora, ella pertenece a “Aprocanorsi”<sup>128</sup> desde el 2005. Ha sido presidenta de esta asociación durante el 2008 y 2009 y ha acopiado 50 quintales de café orgánico en la campaña del 2011. De estos, 5 o 6 han sido guardados por Fani para procesarlos ella misma y venderlos directamente como café tostado a través de “Montaña Verde”, ya que así es mayor la rentabilidad que a través del acopio en la asociación como café pergamino.

Sin embargo, a diferencia de lo que sucede con la asociatividad en apicultura, en el caso del café esta sí resulta bastante ventajosa, pues cuando el precio del café es bajo en el mercado, por medio de la asociación y la certificación orgánica los pequeños productores pueden acceder a un mejor precio para el

---

<sup>128</sup> La Asociación de productores cafetaleros del Nororiente de San Ignacio (Aprocanorsi) se formó a partir del proyecto que ejecutó la MEPSI hace algunos años.

café. Esta es una de las razones principales por las que Fani considera importante la asociatividad en caficultura.

La familia posee una chacra en el caserío “Campana”, en la cual han sembrado café y otros cultivos para el autoconsumo. Así mismo, las 50 colmenas que forman los tres apiarios que la familia posee se encuentran en los caseríos “Campana”, “La Nueva Esperanza” y “San Pedro”.

La chacra de “Campana” está acondicionada con la infraestructura necesaria para el beneficio del café que Fani realiza sola. Su esposo y algunos sobrinos colaboran con ella durante la campaña de café o la cosecha de miel, pues esta actividad se realiza usualmente entre dos personas.

En la campaña del 2011 Fani recibió el apoyo de sus hermanos para realizar la cosecha, trabajando durante dos días en su chacra y luego turnándose otros dos días en la de cada uno.

Respecto a los planes que la familia tiene para el futuro, lo que están buscando es incrementar la producción de miel y diversificar los productos derivados, incursionando en la fabricación de licores de frutas y vinos producidos con miel. Así mismo, están considerando adquirir una vivienda en la ciudad de Trujillo.

5.3.2.5. Caso 12: Familia articulada al mercado a través de intermediarios y de la venta individual de miel, sin vínculos con las organizaciones de productores

El señor Lucho (58 años) está casado con Eliza (54 años). Tienen un hijo de 28 años que ha estudiado derecho y vive y trabaja en el distrito de La Coipa; y una hija de 30 años que estudió pedagogía en el Instituto Superior Pedagógico de San Ignacio y que actualmente vive con su esposo y sus dos hijos en Lima. Lucho y Eliza viven con su nieta, hija de su hijo menor, en San Ignacio.

Lucho estudió pedagogía y hace 31 años que ejerce como profesor de primaria. Durante el 2011 trabajó en la UGEL San Ignacio, encargándose de la unidad de personal, del monitoreo y control de los docentes a nivel provincial.

Por su lado, Eliza se encarga de la administración de un pequeño restaurante que tienen en la primera planta de su casa en San Ignacio, la cual han heredado de la madre de esta. Debido a que ambos se dedican a otras actividades económicas, las labores relativas a la producción de café, es decir, la cosecha, el beneficio, el deshierbo, la poda y abonamiento; las realizan de manera conjunta los fines de semana; mientras que los jornaleros que contratan trabajan durante un mes. No obstante, el empleo de jornaleros para la cosecha en el 2011 fue menor que en años anteriores por motivos de ahorro.

Si bien la docencia es la actividad principal que Lucho ha desarrollado desde que terminó de estudiar, también son importantes la caficultura y la

apicultura. Para él, “es bastante beneficioso el cultivo de café. Y las plantas ayudan a las abejas...se fortalece la floración de las plantas con las labores culturales del café”; por ello es que ambas actividades se pueden complementar perfectamente.

En el caso de la caficultura, él inició esta actividad cuando regresó a San Ignacio después de estudiar de Lima. Adquirió las 3 hectáreas de terreno que componen su chacra ubicada en el caserío “Portachuelo”, a 8 minutos en mototaxi de la ciudad. De estas hectáreas, una se encuentra cultivada con café convencional que se vende en su totalidad al comercio.

Lucho, al igual que otros apicultores y caficultores, tiene una posición muy firme respecto a la asociatividad. En su caso, él no considera que asociarse a una organización de apicultores suponga un mayor beneficio para su familia, pues “las organizaciones solo acopian y venden la miel”; y esto mismo lo puede realizar él por su cuenta. El precio al que vende el kilo de miel es superior al precio que la asociación de apicultores o las dos empresas de comercialización de miel en San Ignacio pagan a los apicultores.

Para el caso de la caficultura, señala que “no hay tanta rentabilidad con las asociaciones. El pago es muy parecido que el comercio y exigen más”. Es decir, exigen que el café mantenga un rendimiento superior a los 70 puntos, que tenga solo un 12% de humedad, entre otras características.

Respecto a la apicultura, Lucho se dedica a esta actividad desde 1995, año en el que un amigo le regaló una caja con una colmena y le enseñó cómo realizarla. Desde entonces él se encarga del manejo del apiario que tiene 8 colmenas y que también se encuentra en “Portachuelo”. A diferencia de la producción de café, para el caso de la apicultura es solo Lucho quien se encarga de la revisión de las colmenas, el cambio de cera y la cosecha. Su esposa colabora con él en el procesamiento y envasado de la miel, los cuales realizan en su casa de San Ignacio, así como en la venta individual de esta.

La producción de miel es de 15 kilos en promedio por colmena. Aunque una colmena puede producir el doble de miel, Lucho considera que no debe extraerse todo, pues la miel también es el alimento de las abejas y dejarlas sin una cantidad suficiente solo puede ocasionar que se “enjambren” y se vayan, es decir, que abandonen el apiario.

Así mismo, el trabajo con las abejas requiere que el apicultor esté 100% involucrado, pues es una labor permanente que exige una revisión constante de la cámara de crías, del cambio de la cera para que la producción de miel no disminuya, entre otros. Por este motivo, Lucho renueva los materiales apícolas cada seis años y, de jubilarse de la docencia pronto, pasaría a dedicarse por entero a su chacra.

En lo referente a la caficultura, la renovación de los cafetos es cada cinco años y decidió que el 2012 se sembraría una hectárea más de café, para poder incrementar la producción.

Así mismo, Eliza y Lucho están ahorrando para construir un piso más en su casa de San Ignacio y convertirla en un hospedaje. Ella planea cerrar el negocio de venta de comida, que tiene hace más de 20 años, para dedicarse a la venta de materiales apícolas, lo cual generaría mayores ingresos para ella y su esposo.

#### 5.3.2.6. Caso 13: Familia articulada al mercado a través de una cooperativa cafetalera y de la venta individual de miel

El señor Gilberto es de San Ignacio. Allí se conoció con su esposa, con quien tiene dos hijos varones que actualmente se encuentran estudiando en Chiclayo.

El cultivo de café lo inició en 1980, cuando adquirió su chacra en el caserío “Santa Rosa”, la cual tiene una extensión de 2 hectáreas cultivadas. A partir de ese año, Gilberto también pasó a formar parte de una cooperativa, a la cual todavía pertenece como socio activo y a través de la cual ha obtenido la certificación orgánica.

Las actividades propias de la campaña de café las realiza con su familia, a la vez que contrata trabajadores para la cosecha; y el beneficio del café lo realiza él solo. En la campaña del 2011, Gilberto cosechó aproximadamente 35 quintales

de café orgánico, de los cuales 5 han sido acopiados en la cooperativa, para mantenerse como socio activo. Por este motivo, como en todas las campañas, el resto de su producción, aproximadamente el 80%, la ha vendido al comercio, pues el precio que paga la cooperativa no suele diferir significativamente con el precio pagado por los comerciantes.

No obstante, él señala que:

*...ahorita, por ejemplo, cuando el café sube a las cooperativas ya no están sobre el mercado, van ahí nomás paralelo. Pero es bueno mantenerse en la cooperativa porque en cualquier momento el café baja y los mercados orgánicos, mercados solidarios te dan un mejor precio. Te dan certificación y buen precio y las cooperativas son las que regulan el mercado local.*

Esta es la razón principal por la que continúa en la cooperativa, aunque considere que muchas veces estas no brindan las facilidades necesarias a los socios para que puedan acceder a los créditos pre y post-cosecha, para abonos, entre otros.

Sin embargo, de la cooperativa Gilberto ha recibido capacitaciones y asistencia técnica, las cuales ha complementado con los conocimientos que ya había adquirido al participar en el PEJSIB, pues el proyecto fomentó la creación de GEAS (grupos de enseñanza y aprendizaje) entre los pequeños productores cafetaleros. De este modo, él y dos amigos más han continuado con esta idea, solo que ahora el grupo se maneja principalmente como un comité de ahorro permanente, del cual reciben cierta cantidad de dinero una vez concluido el tiempo

de la campaña del café<sup>129</sup>. Así se aseguran un ingreso permanente adicional al de la venta del café y/o de las otras actividades productivas que realizan.

Respecto a la apicultura, Gilberto desarrolla esta actividad desde 1978, año en el que un ingeniero del Ministerio de Agricultura llegó a la zona con el objetivo de fomentar que los pequeños productores se iniciaran en esta actividad, aunque por aquella época las personas no consideraban que la apicultura podía ser una actividad rentable o útil. No obstante, él adquirió un apiario y lo instaló en su chacra, llegando a tener 40 colmenas. Por aquellos años cosechaba miel todo el año, pero como no había un mercado fijo para la venta de este producto, la mayor parte era para el autoconsumo familiar. Con el paso del tiempo las cosechas se redujeron a dos veces al año y hace 11 años que solo se produce una cosecha de miel entre los meses de octubre y diciembre<sup>130</sup>.

Si bien para Gilberto la producción de miel se ha reducido en la zona, él continúa cosechando entre 20 y 30 kilos por colmena de las 5 que actualmente tiene. Una parte de la cosecha la vende de manera individual a S/.15.00 el kilo y la otra parte la destina para el consumo de la familia.

---

<sup>129</sup> El comité de ahorro se maneja de la siguiente manera: Gilberto y sus dos amigos recibieron inicialmente dinero del proyecto, el cual sirvió para que crearan un pequeño fondo rotatorio, al cual estaban obligados a aportar anualmente el monto de 150 soles. Así, al finalizar cada año, los tres podían retirar la suma que habían aportado más los intereses acumulados, pero siempre depositando cada uno la cantidad antes mencionada (150 soles).

<sup>130</sup> De acuerdo a Gilberto, y otros apicultores, esto se debe al cambio climático, el cual afecta el trabajo de las abejas debido a las variaciones en las lluvias y la temperatura, las sequías prolongadas y la demora en la floración de las plantas. No obstante, la cosecha de miel nunca coincide con la cosecha de café, pues la primera se produce entre los meses de octubre a enero; mientras que la segunda se inicia entre los meses de abril o mayo y se prolonga hasta setiembre.

Por su lado, su esposa se dedica a la costura y se encarga de la crianza de animales menores en la chacra para el consumo familiar.

Por otro lado, Gilberto también continúa desarrollando su labor como técnico dental, carrera que estudió en Trujillo, aunque de manera eventual. Sin embargo, lo que realmente desea es poder dedicarse más a la agricultura y a la apicultura, pues para él “lo principal es mi chacra, cosechar café, la siembra...si estuviera en la chacra tendría ya todas mis abejas activas”. Por ese motivo, está planeando renovar la finca de café y aumentar el número de colmenas, para así incrementar la producción de miel.

5.3.2.7. Caso 14: Familia articulada al mercado a través de intermediarios y de la venta individual de miel, sin vínculos con las organizaciones de productores

Cérvulo (52 años) llegó de Chota a San Ignacio hace muchos años. Allí se conoció con su esposa, quien nació en el distrito de Namballe, provincia de San Ignacio; y con quien tiene dos hijos de 18 y 16 años y una hija de 22 años. Se establecieron en San Ignacio y hace ya bastantes años que se dedican a la producción de café y la apicultura, con un apoyo eventual de sus hijos, quienes se encuentran estudiando. Así mismo, Cérvulo trabaja como técnico en la Oficina de Control Forestal de San Ignacio.

Respecto al café, las tierras de cultivo que forman su chacra son herencia de su madre. En esta 1.5 hectáreas, que se han renovado en la campaña del 2011, se cultivan entre 30 y 35 quintales de café convencional, los que son vendidos a los comerciantes en San Ignacio.

En cuanto a la apicultura, esta es una actividad que Cérvulo inició por un amigo hace 28 años y que actualmente la realiza de manera compartida con cinco amigos más, con los cuales tiene tres apiarios en los caseríos “López”, “Huaquillas” y “Cruz de Chalpón”. En total, los seis manejan 20 colmenas, de las cuales extraen entre 40 y 50 kilos de miel por colmena, alcanzando los 1000 kilos por campaña. Los apiarios se encuentran en los terrenos de sus amigos, pues allí hay más espacio. Durante la cosecha se apoyan para poder trabajar todos los apiarios, pero el procesamiento y envasado de la miel lo realiza cada uno en su casa. Además de miel, a veces Cérvulo también saca polen para el consumo de la familia o para preparar licores que luego vende. La venta de la miel, al igual que el café, se hace de manera individual y en ninguno de los casos él se encuentra asociado ni considera volver a estarlo<sup>131</sup>. En ese sentido, una parte de la cosecha de miel la vende en su propia casa a conocidos y amigos, y otra parte queda para el consumo de la familia y para invitarles a sus familiares que viven en Chiclayo.

Finalmente, además de la renovación de la finca de café, Cérvulo planea continuar invirtiendo en la educación de sus hijos, pues considera que esto es lo

---

<sup>131</sup> Cérvulo fue socio de una de las cooperativas de San Ignacio durante un año, pero la mala experiencia de la dirigencia hizo que decidiera salirse y continuar la venta del café a través de los comerciantes locales.

más importante. Por otro lado, solo si ellos desearan dedicarse al cultivo de café, él y su esposa los apoyarían con los terrenos para que inicien el cultivo.

#### 5.4. Balance de las familias dedicadas al cultivo de café y producción de miel: características y actividades económicas

Esta última sección del capítulo se enfoca en la descripción de las características familiares identificadas en los casos de estudio: a) la composición familiar, b) el ciclo demográfico familiar, c) la disponibilidad de mano de obra, d) la tradición del cultivo de café, e) el tipo de acceso y la cantidad de recursos productivos que se disponen, f) el grado de asociatividad.

Como ya he señalado con anterioridad, conocer estos aspectos es fundamental para comprender cuál es el contexto de cada familia y de qué manera las condiciones en las que se encuentran orientan el desarrollo y funcionamiento de sus estrategias; pues estas responden a dicho contexto interno.

**Cuadro N° 1: Características generales de las familias**

<b>Familias que orientan sus acciones al crecimiento económico, productivo y familiar</b>	<b>Familias que orientan sus acciones a la consolidación económica, productiva y familiar</b>	<b>Familias que orientan sus acciones a la acumulación</b>
Familias compuestas por padres e hijos pequeños que se encuentran en una etapa de crecimiento	Familias compuestas por padres y varios hijos, que se encuentran en una etapa del ciclo familiar de	Productores mayores que se encuentran en una etapa de etapa decrecimiento familiar

<p>inicial; por lo que la disponibilidad de mano de obra se limita a los padres.</p> <p>Cuentan con una tradición familiar de producción de café, habiendo recibido las tierras de cultivo como herencia de los padres. Las extensiones son en promedio 1.25 has.</p> <p>En el caso de la apicultura, la familia cuenta con un apiario ubicado en la misma chacra y se encuentra asociada.</p> <p>La venta del café a las organizaciones es a través de familiares asociados; existiendo un caso sin asociatividad y otro asociado de manera directa.</p>	<p>consolidación y mejoramiento de la calidad de vida.</p> <p>Disponen de suficientes recursos productivos (tierras) que han sido comprados, y la mano de obra familiar la componen los padres e hijos mayores. La mayoría tiene una tradición familiar de producción de café, que se cultiva en un área de 1.75 has. en promedio.</p> <p>En el caso de la apicultura, las familias tienen entre 1 a 5 apiarios ubicados en las chacras y en algunos casos se encuentran asociadas. La mayoría está asociada a organizaciones cafetaleras, aunque hay un caso sin asociarse y otro en proceso de asociación.</p>	<p>porque sus hijos han dejado el hogar y establecido sus propias familias, por lo que la mano de obra familiar se ha reducido al productor/a o la pareja.</p> <p>Disponen de tierras para cultivo que han sido compradas o también herencia de los padres, cuyas extensiones son mínimo de 3 has.</p> <p>En el caso de la apicultura, la familia cuenta con un apiario ubicado en la chacra; no se encuentra asociada a ninguna organización cafetalera ni de apicultores.</p> <p>Los otros casos de productores cafetaleros sí se encuentran asociados.</p>
---	--	---

*Elaboración propia.*

Respecto a las actividades que realizan las familias, todas están conformadas por pequeños productores dedicados al cultivo de café como actividad agrícola principal. De modo complementario, algunas familias se dedican también a la apicultura, al cultivo de productos de pan llevar en huertos o biohuertos y la crianza de animales menores para el consumo de la familia. Adicionalmente, estas desarrollan distintas actividades económicas no agrícolas: trabajos asalariados temporales o permanentes, alquiler de pastos, administración

y formación de negocios propios o empresas familiares; que constituyen una fuente de ingresos cuando ha concluido la campaña de café y las labores en la chacra disminuyen.

**Cuadro N° 2: Actividades económicas de las familias**

Tipo de actividad		Orientación	
<b>Actividades agrícolas</b>	Producción de café	Venta al mercado internacional	-
	Producción de cultivos complementarios: frutales, hortalizas	Venta al mercado local	Autoconsumo
<b>Actividades productivas</b>	Apicultura	Venta al mercado local y/o regional	Autoconsumo
	Crianza de animales menores: cuyes y/o cerdos.	-	Autoconsumo
	Crianza de aves de corral: gallinas y/o pavos		
<b>Actividades no agrícolas</b>	Empleos temporales o permanente remunerados	Generación de ingresos alternativos a la venta de café/miel	-
	Administración de negocios propios: talleres de carpintería, soldadura, restaurantes, venta de materiales apícolas y otros		
	Venta de fuerza de trabajo: albañilería		

*Elaboración propia.*

La descripción de los aspectos más relevantes que caracterizan a las familias<sup>132</sup> y de las actividades que realizan permite, a su vez, que se identifiquen las similitudes entre los casos de estudio; agrupándolos en función a estas y a los objetivos que buscan alcanzar. Como el cuadro muestra, existe un conjunto de familias que, debido a la situación en la que se encuentran, tienen en común el orientar o guiar sus acciones y actividades a alcanzar el crecimiento económico y productivo y el desarrollo familiar a largo plazo. El segundo conjunto de familias, a diferencia del anterior, se encuentra en una etapa del ciclo familiar más avanzada, por lo que sus objetivos ahora son asegurar la consolidación familiar y la estabilidad económica y productiva, valiéndose de los recursos y mano de obra familiar con los que cuentan. El tercer conjunto de familias corresponde a productores que se encuentran en una edad más avanzada, pero continúan disponiendo de suficientes recursos productivos para continuar acumulando tierras, capital, bienes, etc.

Para finalizar, considerando todos estos aspectos y, sobre todo, la importancia que tienen las actividades agrícolas y apícolas para las familias, estas pueden clasificarse en cuatro tipos:

- A. Familias que se dedican más a las actividades agrícolas, articulándose al mercado a través de organizaciones de productores: cooperativas y asociaciones cafetaleras y asociación de apicultores. Este tipo agrupa a

---

<sup>132</sup> Puede verse el Anexo 3: Características de las familias cafetaleras y apicultoras para un reconocimiento más específico de los casos de estudio.

algunas de las familias que se encuentran en una etapa de crecimiento inicial, así como a algunas familias en una etapa de consolidación y a todas las familias en etapa de acumulación.

- B. Familias que se dedican menos a las actividades agrícolas –en comparación con las anteriores–, pero también se articulan al mercado a través de las organizaciones de productores: cooperativa cafetalera y asociación de apicultores. Este caso corresponde solo a algunas familias en etapa de consolidación, las cuales se caracterizan por ser más pluriactivas que las otras familias.
- C. Familias que se dedican más a las actividades productivas (agrícolas y apícolas) orientándose por una lógica de pequeños empresarios y articulándose al mercado a través de las organizaciones de productores – cooperativa y asociaciones cafetaleras– y de las empresas familiares que han formado. Este tipo corresponde también a algunas familias en etapa de consolidación, bastante diferentes al grupo anterior.
- D. Familias que se dedican menos a las actividades agrícolas, están menos articuladas al mercado y no se encuentran asociadas. Este tipo agrupa a algunas familias en etapa de crecimiento inicial y a otras familias en etapa de consolidación.

## CAPÍTULO 6

### ESTRATEGIAS FAMILIARES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES

#### CAFETALEROS Y APICULTORES DE SAN IGNACIO

En este capítulo se analizan las estrategias de las 14 familias a partir de la tipología desarrollada por Zoomers (1998, 2002)<sup>133</sup>, contrastándola con un conjunto de variables que afectarían la selección de dichas estrategias: el ciclo familiar, la inserción al mercado y la asociatividad. Sin embargo, nuestra aproximación difiere de la de Zoomers pues planteamos por separado las estrategias de reproducción y generación de ingresos, de las estrategias de seguridad y protección, que desarrollamos separada y consecutivamente.

---

<sup>133</sup> Esta información ha sido presentada en el CAPÍTULO 2: ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO.

El capítulo se compone de tres partes secuenciales: las estrategias de las familias desde la tipología planteada; el análisis de las variables que las afectan; y el análisis de las estrategias de seguridad. A partir de esta secuencia de análisis procuramos un recuento de balance de las estrategias desarrolladas por las familias analizadas que se presenta hacia el final del capítulo.

#### 6.1. Las estrategias familiares y la generación de ingresos

Zoomers habla de 3 grupos de **estrategias principales**: **1) estrategias de crecimiento**, que sientan las bases para el desarrollo a largo plazo, sobre todo en familias jóvenes con hijos pequeños; **2) estrategias de consolidación-estabilización**, a través de las cuales se busca mantener el nivel alcanzado en el corto plazo y sentar las bases para un crecimiento a mediano y largo plazo; y **3) estrategias de acumulación**, cuyo objetivo principal es la concentración de ingresos económicos y bienes cuando ya se ha alcanzado cierta estabilidad y consolidación económica, social y familiar.

Además de estas estrategias, las familias también desarrollan determinadas actividades que constituyen el grupo de **estrategias de seguridad y de reducción de riesgos** (Zoomers, 1998 y 2002). Estas son acciones que buscan preparar a las familias para afrontar potenciales riesgos derivados de sus actividades productivas y de los cambios que se producen en el contexto geográfico-productivo de San Ignacio.

Cabe resaltar que las estrategias productivas, ya sean de crecimiento, de consolidación-estabilización o de acumulación; se escogen y ejecutan en función a las características de las familias<sup>134</sup> y de sus integrantes antes que en función al contexto geográfico-productivo de San Ignacio. Un aspecto que caracteriza a estas estrategias es que en la mayoría de casos se encuentran orientadas a mejorar las actividades productivas bajo una lógica de generación de ingresos para las familias.

#### 6.1.1. Estrategias de crecimiento

Estas son desarrolladas por tres familias jóvenes que, siguiendo un referente de generación de ingresos económicos como prioridad, se encuentran recién constituidas o tienen hijos muy pequeños, quienes no pueden colaborar en las distintas actividades domésticas y productivas de la familia. Los padres se preocupan por obtener varios ingresos económicos a través de distintos medios, mientras que la familia crece y continúa reproduciéndose. El otro caso de estudio es el de una pequeña productora que comparte algunas labores productivas con sus padres y hermanos, pero que se encuentra independizada económicamente y tiene su propia parcela de café. En general, en estos casos las principales acciones que las familias desarrollan son la construcción o adquisición de una vivienda propia, la adquisición de tierras de cultivo o de colmenas, y el

---

<sup>134</sup> Véase el Cuadro N° 2: Características generales de las familias, ubicado en el CAPÍTULO 5, sección 5.4. Balance de las familias dedicadas al cultivo de café y producción de miel: características y actividades económicas.

mejoramiento de la productividad del café a través de la construcción de infraestructura para el beneficio post-cosecha de este.

Si bien Zoomers (1998, 2002) denomina a este tipo de estrategias de acumulación, la denominación que he empleado se debe a que las familias están realizando diversas acciones (sub-estrategias) con el objetivo principal de lograr el crecimiento de la familia, no solo económico, sino también social y reproductivo.

A continuación presento un cuadro indicando las sub-estrategias desarrolladas por los cuatro casos de estudio mencionados.

**Cuadro N° 3: Estrategias de crecimiento**

	<b>Caso 3</b>	<b>Caso 4</b>	<b>Caso 7</b>	<b>Caso 8</b>
<b>Mejoramiento de la productividad</b>	Construcción de infraestructura para beneficio de café	A futuro construcción de infraestructura para beneficio de café Aumentar la producción	Construcción de infraestructura para beneficio de café Aumentar la producción	Construcción de infraestructura para beneficio de café
<b>Mejoramiento de la calidad de las tierras</b>	-	-	Renovación de parcela	-
<b>Generación de ingresos económicos extras</b>	Aparcería: trabajo de chacras de hermanos	Alquiler de pastos a otros productores	-	-
<b>Vivienda</b>	Sin vivienda propia.	Chacra-vivienda propia en San Ignacio y	Sin vivienda propia.	Vivienda propia en caserío Mandinga.

		Construcción de mejor vivienda en otra zona de la ciudad.		A futuro el mejoramiento de la vivienda.
<b>Educación de los hijos</b>	No	No	No	Sí
<b>Proyectos, capacitaciones técnicas</b>	-	-	-	Participación en el proyecto de apicultura de la Municipalidad Capacitaciones para mejorar el cultivo de café

*Elaboración propia.*

Como puede observarse en el cuadro, existen seis tipos de sub-estrategias de crecimiento que pueden agruparse de acuerdo a los fines que persigue cada familia:

- I. En primer lugar, se encuentran las acciones relacionadas a las actividades productivas, las cuales se enfocan en el **mejoramiento de la productividad o de la calidad de las tierras**.
- II. En segundo lugar, se encuentra la **generación de ingresos económicos extras** a través de la aparcería o el alquiler de pastos, que busca complementar el dinero que se obtiene a partir de la venta de café o que proviene de los empleos temporales o permanentes que también desarrollan las parejas.

- III. En tercer lugar, se encuentran las actividades que buscan mejorar las condiciones de vida de las familias, las cuales se refieren a la **adquisición o construcción de una vivienda propia**, así como la **educación de los hijos**, que solo se aplica en un caso en el cual estos se encuentran en edad escolar. Para esta pareja, la educación de las hijas es prioritaria, por lo que se destinan los ingresos de la venta del café y de la miel para esto.
- IV. Finalmente, se encuentra la **experiencia de participación en proyectos y capacitaciones** para incrementar los conocimientos técnico-productivos en torno a la caficultura y apicultura, que ha beneficiado a dicha familia en el mejoramiento de estas actividades.

El cuadro también nos permite observar que las sub-estrategias más recurrentes son **el mejoramiento de la productividad del cultivo de café y la adquisición de una vivienda propia**. La mayoría de casos opta por realizar acciones que buscan mejorar la productividad a través de la construcción de infraestructura para el beneficio de café<sup>135</sup>, e incrementar la producción. De igual modo, las cuatro familias tienen una casa propia o están construyéndola, siendo esta una acción prioritaria en los tres casos en los que las parejas ya tienen hijos pequeños.

---

<sup>135</sup> Las familias han construido tanques tina donde realizan el proceso de lavado y fermentado del grano de café, cuentan con una máquina a motor para despulpar el café cerezo y con espacio para el secado. En el caso 4, la pareja todavía no cuenta con infraestructura para el beneficio del café, por lo que estas actividades se realizan en una planta de procesamiento cerca a la chacra.

Este tipo de estrategias es desarrollado principalmente por familias caficultoras, las cuales priorizan la generación de ingresos para la construcción o adquisición de una vivienda, así como para implementar la chacra con las herramientas necesarias para el beneficio del café. Todas ellas son familias que combinan las actividades productivas para la venta y el autoconsumo con otras actividades económicas no agrícolas.

#### 6.1.2. Estrategias de consolidación-estabilización

Estas estrategias son desarrolladas con el objetivo principal de mantener la condición actual de vida de la familia y mejorarla en el mediano y largo plazo. Para ello, usualmente se utilizan los excedentes económicos para adquirir más tierras para el cultivo, mejorarlas –a través de la renovación de cafetales y otras labores propias de la caficultura–, incrementar la producción de café y/o miel, asegurar la educación de los hijos, adquirir nuevos conocimientos sobre la apicultura, la caficultura y la producción orgánica, y adquirir nuevos bienes o bienes de consumo.

El grupo de casos de estudio que sigue esta orientación se conforma por familias con hijos pequeños, en crecimiento y adultos. A partir de las acciones que desarrolla cada familia, estos casos se pueden separar en dos grupos: a) familias con hijos pequeños y en crecimiento, cuyo objetivo principal es la generación de ingresos para asegurar la estabilidad familiar, así como la educación escolar y

superior de los hijos; b) familias con hijos adultos, quienes se encuentran estudiando fuera de San Ignacio y no intervienen directamente en las actividades productivas de los padres.

A continuación presento un cuadro con los casos de estudio y las sub-estrategias que realizan.



Cuadro N° 4: Estrategias de estabilización-consolidación

	Caso 1	Caso 2	Caso 9	Caso 10	Caso 11	Caso 13	Caso 14
<b>Productividad</b>	Miniplanta de beneficio para café y producción de abono con tamo	Infraestructura para beneficio de café y producción de abono con tamo	Aumentar el número de colmenas a 100	Mejorar la infraestructura de la empresa familiar de venta de productos apícolas	Infraestructura para beneficio de café y procesamiento Aumentar la producción de miel y derivados.	Aumentar el número de colmenas	-
<b>Mejoramiento de la calidad de las tierras</b>	-	-	-	-	-	Renovación de la finca	Renovación de la finca
<b>Inversión en (nuevo) negocio</b>	Empresa familiar de venta de café orgánico	-	-	Empresa familiar de venta de miel y productos derivados.	Empresa familiar de venta de miel, productos derivados y materiales apícolas.	-	-
	Mejorar la infraestructura de la finca para ofrecer	-	-	Transformación de productos y venta a través de	Elaborar productos con valor agregado a partir de la	-	-

	turismo vivencial			empresa familiar	miel y frutales		
<b>Vivienda, bienes y bienes de consumo</b>	Vivienda propia en la ciudad de San Ignacio.	Construcción de vivienda en la ciudad de San Ignacio.	Vivienda propia en construcción en la ciudad.	Vivienda propia en la ciudad de San Ignacio.	Vivienda propia en San Ignacio y a futuro segunda vivienda en Trujillo.	Vivienda propia en la ciudad de San Ignacio.	Vivienda propia en la ciudad de San Ignacio.
	Chacra en caserío Bajo Potrerillo.	Chacra en caserío López	Chacra y apiario en caserío Peringos	Chacra en caserío Timaruca y apiarios en caseríos Timaruca, Peringos, Bajo Potrerillo, 2 de mayo, Calabazo, Buenos Aires, La Nueva Esperanza y El Carmen.	Chacra en caserío Campana y apiarios en caseríos Campana, La Nueva Esperanza y San Pedro.	Chacra y apiarios en caserío Portachuelo	Apiarios en caseríos López, Huaquillas y Cruz de Chalpón.
	Moto lineal	Mototaxi	Moto lineal	-	Camioneta 4x4 Viajes familiares	Moto lineal	Moto lineal

Educación	Educación superior de hijos	Educación de hijos	Educación de hijas	Educación superior de hijos	Educación superior de hijos	Educación superior de hijos	Educación superior de hijos
<b>Proyectos y capacitaciones técnicas</b>	-	-	Participación en proyecto de apicultura de la MEPSI	Participación en el PEJSIB y otras capacitaciones	Participación en proyectos de café y apicultura de la MEPSI	Participación en proyectos y capacitaciones del PEJSIB	-

*Elaboración propia.*



Como podemos observar en el cuadro, las familias desarrollan diversas sub-estrategias que pueden separarse en cuatro grupos, a partir de las lógicas y objetivos que siguen:

- I. Acciones **orientadas a mejorar las actividades productivas, el nivel de productividad y la calidad de las tierras**, lo que se consigue principalmente a través de la renovación de las parcelas de café, el abonamiento orgánico, el equipamiento de la chacra con infraestructura para el beneficio del café, y el aumento del número de colmenas en el caso de las familias apicultoras.
- II. Actividades o sub-estrategias para **incrementar los conocimientos respecto a las actividades de caficultura y apicultura**, por lo que las familias optan por participar en proyectos agroproductivos y recibir capacitaciones técnicas.
- III. La **adquisición de más bienes o bienes de consumo** como una manera de mejorar la situación familiar y satisfacer las nuevas necesidades de los integrantes al haberse alcanzado una situación de mayor estabilidad económica.
- IV. En algunos casos las familias también deciden **invertir en el negocio familiar** ya existente o en uno nuevo, con el objetivo de aumentar los ingresos económicos y continuar mejorando las condiciones de vida de la familia. Esta situación se presenta en los casos que consideran que la

apicultura no es una actividad secundaria o complementaria al café como en otros casos, sino que constituye la actividad productiva principal a partir de la cual han formado una empresa familiar que genera altos ingresos económicos. Estos, ya sean provenientes de las actividades productivas o de otras actividades económicas, permiten que las familias brinden educación escolar a los hijos e hijas menores y les proporcionen educación superior técnica o universitaria cuando son mayores.

De estos distintos tipos de sub-estrategias, la adquisición de bienes o bienes de consumo y la educación de los hijos son realizadas en todos los casos. Es importante señalar que esto ocurre entre las familias que se encuentran en una mejor situación económica y en una fase de su ciclo demográfico más avanzado. Su situación actual les permite en todos los casos invertir en la adquisición de una vivienda independiente de la chacra, ubicada en la ciudad de San Ignacio, o realizar viajes familiares al interior del país; y en otros casos también les permite invertir en un negocio nuevo o hacer crecer el que ya han establecido. De otro lado, esta misma estabilidad económica ha generado que la educación superior de los hijos no sea una idea a futuro, sino una prioridad que va de la mano con las aspiraciones y deseos de los padres para que sus hijos sean profesionales. En algunos casos, el objetivo es incorporarlos al negocio familiar o que apliquen los conocimientos adquiridos en mejorar las actividades productivas desarrolladas por la familia. Por ejemplo, los productores de los casos 1 y 11 están muy interesados en que sus hijos terminen sus respectivas carreras para que puedan retornar a

San Ignacio e involucrarse en las actividades propias de las campañas de café y miel; aportando nuevas ideas y poniendo en práctica los conocimientos recibidos para mejorar la productividad o hacer crecer el negocio.

En segundo lugar, la mayoría de familias realiza actividades para el mejoramiento de la productividad del café y/o la apicultura, complementándolas con la participación en proyectos de desarrollo y mejoramiento productivo del café y/o la miel implementados por el gobierno local y el Programa Especial Jaén-San Ignacio-Bagua.

De otro lado, los matices que presentan las sub-estrategias en este conjunto de casos responden a las diferencias en las elecciones que hacen las familias para mejorar las actividades productivas, la productividad y asegurar la educación de los hijos. De este modo, cada caso opta por desarrollar más o menos actividades que les permitan continuar generando ingresos económicos y mejorar su situación a futuro. Así, para las familias, hay distintas formas de lograr la consolidación-estabilización familiar. Por un lado, algunas optan por priorizar el mejoramiento de las actividades productivas, buscando constantemente el mejoramiento de la calidad del producto –ya sea café o miel–, recurriendo a un buen procesamiento de este y al aumento de la producción; apoyándose en las organizaciones de pequeños productores. Por otro lado, otras familias buscan lograr esta situación de consolidación sin la vinculación a dichas organizaciones, pues su desconfianza hacia ellas es fuerte; sobre todo porque ha habido

experiencias pasadas negativas. Por ello, sus estrategias consisten en mantener una buena producción de café a través de la renovación de las parcelas.

Cabe resaltar que, como ha señalado Zoomers, "...las estrategias de consolidación implican inversiones para estabilizar el bienestar familiar y [...] las aplican fundamentalmente familias más bien ricas que han logrado cierto nivel de bienestar económico después de un periodo de movilidad ascendente" (2002: 77). De este modo, vemos que las familias que desarrollan estas estrategias se encuentran en una etapa estable del ciclo demográfico familiar, pues ya llevan años como pequeños productores de café y en la mayoría de casos han complementado esta actividad productiva con la apicultura. Esto, junto con los beneficios que también han recibido a partir de su asociación a cooperativas y asociaciones de cafetaleros, les ha permitido desarrollarse, mejorar su situación socioeconómica y reunir los recursos suficientes como para iniciar negocios propios.

### 6.1.3. Estrategias de acumulación

El tercer tipo de estrategias es desarrollado por productores que ya han logrado consolidarse en una etapa anterior del ciclo de vida familiar y tienen por objetivo principal incrementar los ingresos económicos, favoreciendo la concentración de bienes y capital. Para ello, las acciones que realizan consisten

en incrementar la productividad de las parcelas de café y de los apiarios, invertir en un negocio, adquirir nuevas propiedades, bienes de consumo, entre otros.

Estas estrategias son desarrolladas por dos grupos distintos de familias. Por un lado, dos casos compuestos por pequeños productores cafetaleros que se encuentran en la última etapa del ciclo de vida familiar al no tener parejas, hijos o nietos que dependan económicamente de ellos. Para estos productores, el cultivo del café es la actividad más importante, por lo que constantemente están esforzándose e invirtiendo recursos económicos y tiempo para mantener una productividad elevada y continuar con la adquisición de bienes y bienes de consumo.

Por otro lado, el caso 12, que difiere de los anteriores ya que las actividades agrícolas no son centrales, corresponde a una pareja cuyos hijos ya son adultos y no viven en San Ignacio. Si bien la pareja desarrolla la caficultura como actividad productiva principal y la apicultura como actividad complementaria, ninguna de ellas constituye la actividad generadora de ingresos más importante; ambas son secundarias al empleo como docente del jefe de familia y a la administración del restaurante que maneja su esposa como negocio propio. Debido a ello, sus estrategias productivas son más limitadas, priorizándose otro tipo de actividades, como se puede apreciar en el cuadro a continuación.

**Cuadro N° 5: Estrategias de acumulación**

	<b>Caso 5</b>	<b>Caso 6</b>	<b>Caso 12</b>
<b>Mejoramiento de la productividad</b>	Infraestructura para beneficio de café.	Infraestructura para beneficio de café.	Infraestructura para beneficio de café.
	Producción de abono con tamo.		Renovación de cafetales
<b>Adquisición de bienes y vivienda</b>	Vivienda propia en la ciudad de San Ignacio.	Doble residencia: vivienda en la ciudad de San Ignacio y en el caserío Cruz de Chalpón.	Vivienda propia en la ciudad.
	Chacras ubicadas en el sector El Rejo (San Ignacio) y en los caseríos Los Llanos y Gramalotes (San José de Lourdes)	Chacra ubicada en el caserío Cruz de Chalpón.	A futuro construir segundo piso de la vivienda. Chacra ubicada en el caserío Portachuelos.
<b>Proyectos y capacitaciones técnicas</b>	Participación en proyecto Aprocassi-Gobierno Regional y capacitaciones.	Participación en proyecto Aprocassi-Gobierno Regional y capacitaciones.	-

*Elaboración propia.*

El cuadro muestra que en los tres casos, las familias desarrollan hasta tres actividades orientadas a la acumulación.

**El mejoramiento de la productividad** es uno de los objetivos que buscan cumplir las familias de este grupo. Esto se debe a que ya han alcanzado

estabilidad productiva, pero continúan buscando mejorar su productividad; sobre todo porque la caficultura es la fuente principal de ingresos económicos, y en dos casos, los productores están asociados a una asociación y una cooperativa cafetaleras. Es importante señalar que, para estos, el mejoramiento de la productividad no consiste en acciones para aumentar la producción, sino en acciones o actividades para el mejoramiento de la producción orgánica, la cual está ligada a la asociatividad de los productores. Esta es la principal diferencia entre estos casos y el caso 12, el cual también desarrolla actividades para mejorar la productividad, pero estas consisten en aumentar la cantidad de tierras sembradas de café y en renovar los cafetales.

De igual modo, la situación actual que las familias han alcanzado luego de pasar por las distintas etapas del ciclo de vida familiar y haber logrado una estabilidad económica les permite la **adquisición de bienes y/o bienes de consumo**, que no se trata de la adquisición de una primera casa, de tierras para cultivar o apiarios, pues ya los poseen; sino de la adquisición de segundas viviendas, de la inversión en mejorar la infraestructura o ampliar la vivienda principal.

Como el cuadro también muestra, la mayoría de familias tienen experiencias pasadas y actuales de **participación en proyectos de mejoramiento de la productividad del café**, lo cual ha incrementado sus conocimientos en cuanto a temas técnico-productivos. Cabe resaltar que dicha participación está fuertemente vinculada a la condición de asociatividad de las

familias, pues ser socios de una cooperativa o asociación les ha dado la posibilidad a estos productores de participar en proyectos de mejoramiento de la producción de café orgánico y recibir capacitaciones técnicas como parte de los beneficios por estar asociados. Este aprendizaje y estos nuevos conocimientos influyen positivamente en su manejo del cultivo y de las parcelas, generándoles, además, más ingresos.

De igual modo, la participación en estos proyectos ha permitido que los productores y productoras se involucren más en sus organizaciones, lo cual puede conllevar en algunos casos a formar parte de la directiva o de algún comité. Por ejemplo, en el caso 5, la productora es presidenta del Comité de Mujeres de la cooperativa en la cual es socia, y tiene una mayor participación en la organización y en las actividades que involucran a las mujeres, como la administración de la cafetería “Saja”<sup>136</sup> y otros proyectos de emprendimiento.

A partir de los aspectos señalados, considerando también las características de las familias, podemos señalar que se trata de familias en una mejor situación económica que los casos presentados antes, tanto porque desarrollan diversas actividades económicas, como porque las actividades productivas son bastante rentables. Además, estas familias se encuentran en una

---

<sup>136</sup> La administración de la cafetería de la cual se encarga la señora Doraliza con el apoyo de la hija de uno de los socios de Aprocassi forma parte de sus funciones como Presidenta del Comité de Mujeres (CODEMU). En ese sentido, no constituye estrictamente un empleo o un autoempleo, pues la cafetería pertenece a la cooperativa y la administración siempre recae en las socias que forman parte del Comité.

situación que se caracteriza por la concentración de bienes y de capital para invertir en los negocios propios que ya tienen o en la apertura de uno nuevo. La diferencia entre estas familias radica en que los casos 5 y 6 están desarrollando acumulación a partir de las actividades productivas; mientras que el caso 12 a partir del ejercicio de la profesión como docente del jefe de familia y del negocio de su esposa. No obstante, a futuro ambos piensan involucrarse más en las actividades productivas y establecer un negocio de venta de materiales apícolas, que consideran rentable.

## 6.2. Variables que afectan las estrategias familiares: ciclo demográfico, articulación al mercado y asociatividad

Como se mencionó en las secciones anteriores, las estrategias familiares se encuentran influidas por diversos factores. En ese sentido, considero que el ciclo demográfico familiar, la articulación al mercado y la asociatividad son tres aspectos que afectan en mayor medida la situación de las familias, generando así las condiciones para que estas desarrollen determinadas estrategias, como veremos a continuación.

### 6.2.1. El ciclo demográfico familiar

El análisis de las características y las estrategias presentes en los casos de estudio permite afirmar que existe una **asociación entre el ciclo demográfico o**

**el ciclo de vida familiar** por el que atraviesen las familias y los tipos de estrategias y sub-estrategias que desarrollan.

El ciclo de vida familiar o ciclo demográfico es un factor que influye en las estrategias que desarrollan las familias, pues establece las condiciones y los recursos económicos y sociales con los que cuentan las familias. Así mismo, en función a la etapa del ciclo en el que se encuentra cada familia se generan determinadas necesidades de consumo entre los integrantes y se aumenta o reduce la capacidad de gasto. De igual modo, ocurre con la disponibilidad de fuerza de trabajo familiar.

Por estos motivos, las estrategias que desarrollan las familias no son todas iguales y, aunque en algunos casos las acciones que realizan son similares, los objetivos y los resultados varían, sobre todo en función a la etapa del ciclo demográfico en la que cada familia se encuentra.

A continuación presento un cuadro que identifica la disponibilidad de fuerza de trabajo familiar, la importancia de las actividades productivas y los tipos de estrategias que las familias desarrollan en función al ciclo demográfico de las mismas.

**Cuadro N° 6: Ciclo demográfico de las familias**

Ciclo demográfico	Familias caficultoras y apicultoras		
	Disponibilidad de fuerza de trabajo	Importancia de las actividades productivas	Tipos de estrategias desarrolladas
<b>Primera etapa: crecimiento inicial</b>	Fuerza de trabajo familiar limitada	Rol de la caficultura y/o apicultura para la generación de ingresos es limitado	Crecimiento, De seguridad y reducción de riesgos
<b>Segunda etapa: consolidación de la familia</b>	Cuentan con fuerza de trabajo familiar	Caficultura y apicultura son las actividades productivas centrales, generando mayores ingresos económicos	Consolidación-estabilización, De seguridad y reducción de riesgos
<b>Tercera etapa: decrecimiento familiar pero acumulación</b>	Fuerza de trabajo familiar limitada	El rol de la caficultura para la generación de ingresos continúa siendo central	Acumulación, De seguridad y de reducción de riesgos

*Elaboración propia.*

La información presentada en la primera parte de este capítulo, así como los datos que presentan los cuadros de las estrategias principales nos han mostrado que la primera etapa del ciclo corresponde a familias en crecimiento, con hijos pequeños, que optan por desarrollar acciones que les permitan crecer económicamente y favorecer su reproducción social. Como se observa en el cuadro anterior, se trata de familias con una fuerza de trabajo limitada únicamente a la pareja, por lo que las actividades productivas todavía no son centrales para las familias, optando por diversificar sus actividades económicas.

La segunda etapa del ciclo demográfico corresponde a una fase de consolidación-estabilización de las familias, las cuales tienen hijos en crecimiento

y en algunos casos ya adultos; por lo cual optan por desarrollar acciones que les permitan conservar la estabilidad ya alcanzada y mejorar las condiciones de vida de la familia en el mediano y largo plazo, cubriendo las diversas necesidades de los integrantes. En estos casos, la producción de café y/o miel son fundamentales para las familias, quienes disponen de suficiente fuerza laboral familiar para desarrollarlas.

La tercera etapa de las familias se caracteriza porque ya se encuentran consolidadas y los hijos son adultos e independientes. Estas familias optan por desarrollar estrategias que les permitan la acumulación de bienes y dinero, enfocándose principalmente en las actividades productivas; sin tener que preocuparse por la satisfacción de necesidades de los hijos, pues estos ya han constituido unidades familiares independientes. A diferencia de lo que puede ocurrir con productores o agricultores mayores en otras zonas del país, en estos casos vemos que los productores no se encuentran en una situación de crisis o vulnerabilidad, ni tampoco de empobrecimiento.

#### 6.2.2. La articulación al mercado de las familias

Otro aspecto relacionado con las estrategias familiares y el ciclo de vida familiar que es importante destacar se refiere a la **articulación al mercado de los pequeños productores**, entendiéndose como la inserción de estos a cadenas productivas. Debido a ello, los productores suelen enfrentar la disyuntiva de continuar produciendo para el autoconsumo o para la venta, es decir, el mercado.

Esta inserción o articulación, además, sugiere varias posibilidades de organización para los pequeños productores, como la asociatividad a cooperativas, asociaciones, entre otros (Diez 2007: 205-206).

Para los pequeños productores de San Ignacio, **la articulación al mercado forma parte del conjunto de estrategias que desarrollan**, con el objetivo de generar una fuente de ingresos económicos para la familia y acceder a las oportunidades que los mercados locales, pero sobre todo los internacionales, brindan. En ese sentido, no significa un deslinde con las lógicas de producción y reproducción familiares, ya que esta estrategia, así como otras, busca la generación de medios para que las familias logren alcanzar una situación de estabilidad y bienestar, asegurando una mejor calidad de vida. Sin embargo, la articulación al mercado implica riesgos que las familias deben asumir, los cuales buscan minimizar a través de las estrategias de seguridad.

El modo como los productores se articulan al mercado, así como el lugar que ocupan en las cadenas productivas están estrechamente relacionados con las características propias de la actividad productiva que desarrollan, existiendo diferencias entre productores de café y apicultores.

Cuadro N° 7: Articulación al mercado de los productores cafetaleros y apicultores

		Familias caficultoras				Familias caficultoras y apicultoras				
<b>Forma de articularse al mercado</b>		Venta de café orgánico a través de organización y empresa familiar	Venta de café orgánico a través de organización*	Venta de café convencional a través de comerciantes/acopiadores	Venta de otros productos	Venta de café orgánico a través de organización*	Venta de café convencional a través de comerciantes/acopiadores	Venta de miel a través de asociación o de manera directa	Venta de miel a través de empresa familiar	Venta de otros productos
<b>Nivel de articulación al mercado</b>	<b>Alta</b>	Venta al mercado internacional y local	Venta al mercado internacional			Venta al mercado internacional			Venta al mercado regional y local	
	<b>Media</b>			Venta al mercado nacional e internacional**			Venta al mercado nacional e internacional**	Venta al mercado regional y local		
	<b>Baja</b>				Venta al mercado local			Venta al mercado local		Venta al mercado local

Elaboración propia.

\*Algunos productores no venden el café directamente a las organizaciones, sino a través de familiares asociados.

\*\*En algunos casos, el café convencional también se exporta al exterior, pero en menor cantidad que el café orgánico y a un precio más bajo. La venta la realizan tanto organizaciones de productores como empresas privadas.

Como puede observarse en el cuadro anterior, las familias han encontrado diversas maneras de articularse al mercado. Por un lado, los productores de café se insertan en esta cadena productiva y venden su producto a las organizaciones de pequeños productores o a intermediarios –pequeños comerciantes y acopiadores. En el caso de los apicultores, estos venden la miel, y en algunos casos otros productos extraídos de las colmenas, principalmente de manera independiente; y, en segundo lugar, a través de la asociación de apicultores. No obstante, existe una tercera forma –la empresa familiar<sup>137</sup>– a través de la cual los apicultores se articulan al mercado. En estos casos, los apicultores han dado ese salto de lo que Gonzáles de Olarte denomina “estar en las fronteras del mercado”<sup>138</sup> a participar activamente de las lógicas mercantiles. Esta situación contrasta con lo señalado por Diez (2007), para quien los pequeños agricultores no suelen seguir lógicas micro-empresariales para ejecutar sus actividades productivas, prefiriendo combinar su articulación al mercado con la producción para el autoconsumo, manteniendo así una lógica que podría considerarse como más campesina.

La diferencia existente entre estos casos de apicultores respecto a los otros nos sugiere que estas familias representan el interés que algunos apicultores

---

<sup>137</sup> A través de las empresas, las familias que las han formado acopian miel de otros productores y la comercializan, junto con su propia producción. Además, venden otros productos como polen, jalea real y propóleo que también se extraen de las colmenas. Una de las familias también vende mermeladas y licores elaborados a partir de miel, polen y frutas que cosecha en sus parcelas; y la otra vende una parte de su café molido y tostado.

<sup>138</sup> Véase: En las fronteras del mercado: economía política del campesinado en el Perú. Lima: IEP, 1995.

tienen por potenciar su actividad productiva hasta convertirla en un negocio rentable, para lo cual deben realizar gastos permanentes, inversiones y asumir riesgos. Para estos apicultores, la rentabilidad de dicha actividad se encuentra en la formación de un negocio propio a través del cual se pueda comercializar la producción, más que en la asociatividad. Esto significa que están desarrollando otro tipo de estrategias de consolidación-estabilización, diferente a las de los productores cafetaleros que únicamente venden su producción a las cooperativas y asociaciones en las cuales son socios.

De igual modo, los niveles de articulación al mercado de las familias también varían de acuerdo a los casos y las actividades productivas que desarrollan. En primer lugar, la caficultura como actividad productiva principal permite a los pequeños productores acceder a mercados internacionales y, en menor medida, al mercado nacional. El nivel de articulación al mercado es bastante alto, pero también lo es la dependencia al mismo. Los productores cafetaleros, más que los apicultores, están sujetos a factores ajenos a ellos que se encargan de fijar los precios, determinar los estándares de calidad y los procedimientos que deben respetarse en el proceso productivo. Esto se debe a que el precio del café como *commodity* es definido por la Bolsa de Productos de Nueva York y, en ese sentido, las crisis financieras y económicas, la sobreoferta del café, la disminución en la demanda y la reducción en el precio del mismo, así como otros cambios en el contexto internacional afectan directamente a los pequeños productores y pueden llevarlos a situaciones críticas, como las que

experimentaron durante la crisis internacional del café entre 1997 y el 2003. La respuesta de los productores a estas situaciones es la aplicación de estrategias de seguridad y reducción de riesgos, entre las cuales se encuentran el desarrollo de otras actividades productivas y económicas que faciliten la generación de ingresos para la familia, así como la asociatividad, entendiéndola como una forma de protección contra la caída de los precios internacionales del café. Al estar asociados, los productores continúan recibiendo un plus por café de comercio justo y por producción orgánica, lo que no sucede con los productores de café convencional.

En segundo lugar, la apicultura, como actividad complementaria, permite a los productores articularse a mercados locales y regionales a través de la venta de miel, polen y otros productos que se pueden extraer de las colmenas<sup>139</sup>. El nivel de articulación de los apicultores al mercado es mucho más limitado, pues no hay suficientes espacios para colocar la producción, no hay tanta demanda del producto ni las facilidades para la comercialización como las que sí tiene el café. No obstante, no existe la misma volatilidad en el precio de la miel, ya que este no es fijado por ninguna institución internacional, sino que se establece a partir de los costos de producción.

---

<sup>139</sup> Los casos de estudio muestran que la apicultura como actividad productiva tiene la particularidad de que no se desarrolla exclusivamente para la articulación al mercado a través de la comercialización de los productos que se extraen, sino que buena parte de la producción se destina al autoconsumo de la familia. Esta actividad productiva tiene un doble objetivo, lo que no ocurre con la caficultura.

En tercer lugar, algunas familias cultivan frutales, cítricos y hortalizas que, si bien se destinan principalmente para el consumo de la familia, también se comercian en mercados locales. En estos casos, el nivel de articulación de las familias es mucho más bajo, puesto que el volumen de productos que destinan para la venta es reducido y solo acceden a los mercados locales.

De este modo, vemos que la articulación al mercado del café y/o de la miel, a la par que es una estrategia, también influye en las otras actividades que realizan las familias y, de acuerdo al desarrollo productivo que han alcanzado, las actividades productivas son consideradas más o menos fundamentales. Por ejemplo, en los casos en los que se desarrollan estrategias de crecimiento, vemos que el rol de las actividades productivas para la generación de ingresos todavía es limitado, por lo que el nivel de articulación y participación en el mercado también lo es; siendo esta una de las razones por las cuales las familias no consideran necesario asociarse a alguna organización de productores cafetaleros. En los casos en los que se desarrollan estrategias de estabilización-consolidación y acumulación, vemos que ocurre lo contrario. Las familias han alcanzado un mayor desarrollo productivo, siendo la caficultura la actividad productiva principal y que genera mayores ingresos. Dadas estas circunstancias, para las familias es conveniente asociarse a alguna cooperativa o asociación de productores de café, logrando así una mayor y mejor articulación al mercado, accediendo a nuevos nichos de mercado para el café.

### 6.2.3. La asociatividad en las familias

Una de las formas que tienen los pequeños productores para articularse al mercado consiste en la venta de este producto a las cooperativas o asociaciones, lo cual usualmente solo es posible si el productor se encuentra asociado. De este modo, **la asociatividad forma parte de las estrategias que la mayoría de las familias desarrollan.**

De los catorce casos de estudio, doce son las familias que tienen experiencia de asociatividad en alguna de las cooperativas y asociaciones de productores cafetaleros descritas en el CAPÍTULO 3, siendo once los casos en los cuales la familia se encuentra asociada. En cuanto a la asociatividad en apicultura, de los siete casos que conforman el conjunto de apicultores, solo tres se encuentran asociados. Los otros cuatro no tienen experiencia de asociatividad en apicultura ni desean tenerla. Esto se debe a las dificultades de la asociación para la comercialización de la miel. En el caso de los caficultores, el rechazo a asociarse se debe, por un lado, a una mala experiencia de asociatividad; y, por otro, a la percepción negativa que se tiene de las organizaciones de productores<sup>140</sup>.

---

<sup>140</sup> Para la familia que constituye el caso 4, las cooperativas no aportan reales beneficios a los socios; por el contrario, no reconocen el esfuerzo de estos y a veces no respetan los precios ni la calidad de su café.

Cuadro N° 8: Asociatividad en los casos de estudio

		N° de familias caficultoras*		N° de familias caficultoras y apicultoras**		
Tipo de organización		Asociación cafetalera	Cooperativa cafetalera	Asociación cafetalera	Cooperativa cafetalera	Asociación apícola
<b>Asociatividad directa</b>						
<b>Nivel de asociatividad</b>	<b>Alta</b>	2	3	2	-	1
	<b>Intermedia</b>	-	-	-	-	1
	<b>Baja</b>	-	-	-	1	1
	<b>Asociatividad indirecta</b>					
	<b>Alta</b>	-	1	-	-	-
	<b>Intermedia</b>	-	-	-	2	-
<b>Sin asociatividad</b>		1		2		4

*Elaboración propia.*

\* Son 7 casos.

\*\* Son 7 casos.

Los casos en los cuales hay una asociatividad alta son aquellos en los que las familias acopian más del 50% de su producción en la organización a la cual pertenecen, pues se sienten identificadas con la misma. Los casos con asociatividad indirecta –alta o intermedia– son aquellos que acceden a la venta del café en una organización a través de un familiar que sí se encuentra asociado a la misma. El caso que tiene un nivel de asociatividad bajo acopia una mínima parte de su producción de café a la organización, mientras que vende la mayor parte a los comerciantes de la ciudad de San Ignacio.

*...ahorita, por ejemplo, cuando el café sube las cooperativas ya no están sobre el mercado, van ahí nomás paralelo. Pero es bueno mantenerse en la cooperativa porque en cualquier momento el café baja y los mercados orgánicos, mercados solidarios te dan un mejor precio. Te dan certificación y buen precio y las cooperativas son las que regulan el mercado local. (Caso 13: Gilberto, caficultor y apicultor).*

A partir de los casos estudiados y de la revisión de lo señalado por otros autores (véase Barriga 2009, Diez 2007 y Remy 2007) podemos concluir que la asociatividad –alta, intermedia o baja–, es un medio a través del cual los pequeños productores pueden articularse, es decir, insertarse en los mercados del café o la miel. Como ya hemos señalado, esto implica inversiones y gastos económicos para las familias, las cuales muchas veces no desean asumir esos riesgos, puesto

que un posible fracaso o pérdida económica afectaría a la familia en su conjunto y a sus posibilidades de desarrollo y crecimiento. En ese sentido, Díez señala que:

*...la resistencia de los productores a invertir en dichos procesos de formalización [se debe a que] [...] esta inversión es percibida por ellos como un costo innecesario o como un riesgo, más que como una necesidad o una oportunidad. [...] estamos tratando con pequeñas unidades de productores familiares y no con microempresarios, mucho menos con capitalistas; para ellos los riesgos y costos no afectan al negocio, sino a la familia. (2007: 216-217)*

La asociatividad es, pues, percibida por algunos pequeños productores como una situación que va a demandar más trabajo, esfuerzo y tiempo, y que los beneficios que pueda generar no son suficientes para que ellos opten por asociarse a alguna organización. Algunos productores señalan que: “...no hay tanta rentabilidad con las asociaciones. El pago que estas hacen es muy parecido que el comercio y exigen más que café convencional” (Caso 12: Luis, caficultor y apicultor).

A pesar de la opinión negativa que algunos productores tienen sobre la asociatividad, en la mayoría de casos esta se percibe como algo positivo, ya que hay diversas ventajas y beneficios a los que los productores pueden acceder al asociarse. Como he señalado, una de las ventajas más importantes de la presencia de cooperativas y asociaciones en San Ignacio es la regulación del precio del café en el mercado local, tal como se señala en la cita anterior. Esto ocurre porque los intermediarios –acopiadores y pequeños comerciantes

independientes- se ven obligados a pagar un precio similar al de las organizaciones a los productores, pues de lo contrario se quedarían sin café para comercializar.

Una segunda ventaja señalada por los productores es el precio más alto por el café, que genera mayores ingresos debido a las certificaciones de comercio justo y de producción orgánica. Estos reconocen que en una situación de disminución del precio del café a nivel internacional, ellos no van a verse tan perjudicados si venden su café a la organización, ya que esta va a continuar pagándoles un precio más alto debido a las certificaciones con las que cuenta cada socio o socia; lo que no sucede con los comerciantes u otros compradores en la zona.

No obstante, estas certificaciones implican una mayor responsabilidad y cuidado en la producción del café, pues responden a estándares y requerimientos internacionales respecto al uso de insumos orgánicos<sup>141</sup>. En ese sentido, este tipo de producción implica para el productor una mayor inversión en los materiales permitidos. De otro lado, los altos costos de las certificaciones no permiten que los productores accedan a estas individualmente, por lo que asociarse se convierte en una necesidad, ya que son las organizaciones las que asumen el costo anual de las certificaciones.

---

<sup>141</sup> Las certificaciones orgánicas garantizan que el café ha sido cultivado usando abonos naturales y no fertilizantes químicos, que se han respetado las instrucciones de ordenamiento de las parcelas, lo que incluye las barreras naturales y los árboles de sombra; y que el beneficio del café ha sido realizado con sumo cuidado, evitando todo tipo de contaminación con tierra, polvo u otros elementos que puedan alterar la calidad y aroma del café.

Debido a las características de este tipo de producción, esta no es accesible para todos los productores. Si bien en la mayoría de los casos presentados estos se encuentran asociados y cuentan con las certificaciones de comercio justo y producción orgánica, algunos productores y otros actores que forman parte de la cadena de comercialización del café han señalado las implicancias y dificultades de las mismas, como los gastos que deben hacer para iniciarla.

A pesar de las diferencias en el modo de asociarse de las familias –directa o indirectamente–, las obligaciones como socios son las mismas y los beneficios muy similares. Así, la condición de asociatividad o venta del café a la asociación/cooperativa exige que las familias busquen mantener o mejorar la buena calidad del café y la productividad para cumplir con los requisitos y/o exigencias de las organizaciones, y para poder recibir un mejor precio por el mismo. Estas ganancias son utilizadas para cubrir las necesidades de consumo, pero, sobre todo, los gastos educativos de los hijos. Por ello, algunas familias también se han interesado en participar en proyectos y recibir capacitaciones que les permitan mejorar en el corto y mediano plazo la producción orgánica de café.

Otra de las ventajas de la asociatividad en caficultura es el acceso de los productores a créditos y préstamos de distintos tipos, abonos orgánicos y asesorías y capacitaciones técnicas, que les permiten ir mejorando la calidad de su producción y aumentar su productividad. Como los casos han mostrado, estos

son los beneficios más valorados por los productores, en tanto que forman parte de los medios a través de los cuales las familias mejoran su capacidad productiva.

En el caso de la apicultura, son pocos los apicultores asociados en comparación con los productores cafetaleros. De los tres casos asociados, solo uno tiene un nivel alto, mientras que los otros presentan niveles bajos. Esto se debe a que la organización no se encuentra en la capacidad de acopiar toda la producción de sus socios, por lo que todos se dedican a la venta individual de miel más que a la venta a la asociación.

Por este motivo, la asociatividad no es considerada por los productores apícolas como una condición necesaria o positiva; por el contrario, esta se percibe como un fracaso o pérdida debido a las dificultades existentes para la comercialización de miel en el mercado interno y más aún en el externo.

Una idea recurrente entre apicultores no asociados es que el asociarse a una organización no les otorga una verdadera ventaja o beneficio –a pesar de que la asociación de apicultores de San Ignacio también gestionó la certificación orgánica para la miel<sup>142</sup>–, pues las organizaciones no tienen la capacidad para afrontar los procesos de acopio, procesamiento y comercialización; a diferencia de las cooperativas y asociaciones de productores cafetaleros que sí pueden responder a estas demandas. En ese sentido, como ocurre con otras experiencias de asociatividad de pequeños productores en el país, se hace necesario que los

---

<sup>142</sup> En el caso de la apicultura, la certificación orgánica garantiza que las cámaras de producción y de crías no estén construidas con clavos metálicos y que las láminas de cera tampoco estén adheridas a alambres.

apicultores, así como las instituciones interesadas<sup>143</sup> en que se produzca un proceso de formalización y organización de estos en San Ignacio, encuentren la forma más apropiada de organización, tomando en cuenta las particularidades de la producción de miel u otros productos que se extraen de las colmenas, de las necesidades de los apicultores<sup>144</sup>, y de la oferta y la demanda del producto en el mercado interno. El reto está en que se encuentren “las formas organizacionales más apropiadas para cada forma de articulación de acuerdo a productos, mercados y grados de inserción” (Diez 2007: 221).

### 6.3. Las acciones para la seguridad y la reducción de riesgos en las familias

Como señalé en la primera parte de este capítulo, las familias también desarrollan determinadas acciones o actividades que constituyen una respuesta al contexto geográfico y productivo en San Ignacio. Por ello, están presentes en todos los casos de estudio. A través de estas acciones, las familias buscan minimizar los riesgos de las actividades productivas que realizan o que van a iniciar, así como protegerse frente a los posibles efectos negativos de los cambios en el contexto -como sequías o exceso de lluvias que pueden afectar las cosechas

---

<sup>143</sup> Como ya he señalado en el CAPÍTULO 4 dedicado a la descripción de la apicultura como actividad productiva en San Ignacio, la formación de la asociación de pequeños productores apícolas, “Asppabonsi”, surgió a raíz de un proyecto elaborado por la Municipalidad Ecológica Provincial de San Ignacio y financiado por Fondoempleo. En ese sentido, debería ser la Municipalidad una de las instituciones más interesadas en que se continúe de manera exitosa con el proceso de organización de los apicultores.

<sup>144</sup> En ese sentido, los beneficios que una organización le pueda brindar a un apicultor asociado no tienen que ser necesariamente los mismos que en las organizaciones de productores cafetaleros; sino que deben estar dirigidos a satisfacer las demandas o necesidades propias de la apicultura como actividad productiva.

de café y miel-, la escasez de mano de obra para la cosecha, la disminución en la demanda por estos productos; y, sobre todo, la variación en el precio internacional del café. Por tanto, las actividades que generalmente realizan consisten en la diversificación de las actividades productivas, de los cultivos y de las parcelas, en el empleo de redes sociales y de parentesco, y en algunos casos la asociatividad.

Si bien ninguna familia desarrolla este tipo de estrategias únicamente, las que le otorgan mayor importancia son las que, por sus características y situación actual; buscan combinar distintas actividades y acciones que les permitan afrontar los potenciales cambios y riesgos que pueden sucederles. Se trata de familias que todavía no han alcanzado una estabilidad y que por diversos motivos pueden encontrarse en una situación de vulnerabilidad frente a los cambios en el contexto de su producción. Son, en algunos casos, familias jóvenes, con hijos muy pequeños, que se encuentran al inicio del ciclo de vida familiar.

A continuación presento un cuadro con las estrategias de seguridad y de reducción de riesgos encontradas entre las familias.

Cuadro N° 9: Estrategias de seguridad y de reducción de riesgos

Empleo de redes de parentesco y sociales	Pluriactividad	Diversificación	Acumulación de excedentes	Ahorro	Asociatividad
<p>1. Empleo de redes familiares para el trabajo compartido o el intercambio de trabajo en las actividades productivas</p> <p>2. Empleo de redes sociales para el trabajo compartido en apicultura</p> <p>3. Intercambio de trabajo productivo con vecinos y amigos.</p> <p>4. Participación en comité de ahorros con amigos. Contratación de jornaleros para la cosecha de café.</p>	<p>1. Actividades productivas que generan ingresos económicos</p> <p>2. Crianza de animales menores para el autoconsumo</p> <p>3. Empleos temporales y/o permanentes</p> <p>4. Autoempleo en talleres de carpintería, soldadura y confección.</p> <p>5. Establecimiento de negocios, comercios y empresas familiares.</p>	<p>1. Diversificación de cultivos</p> <p>2. Diversificación de parcelas</p>	<p>Reserva de una parte de la cosecha de café</p>	<p>No hay contratación de jornaleros durante la campaña de cosecha de café</p>	<p>1. Asociarse a una cooperativa o asociación de productores de café</p> <p>2. Venta de café a una organización de productores a través de familiares asociados</p> <p>3. Asociarse a la asociación de apicultores</p>

*Elaboración propia.*

Como vemos en el cuadro, las familias desarrollan seis tipos de actividades o sub-estrategias de seguridad y de reducción de riesgos, que se pueden separar en tres grupos de acuerdo a los objetivos de estas.

El primer conjunto de sub-estrategias es el compuesto por las actividades que buscan **aumentar la fuerza de trabajo de las familias** en las actividades productivas relativas al café y la miel, las cuales consisten en el **empleo de redes sociales y de parentesco** para la cosecha de café como de miel, independientemente del **contrato de jornaleros** para la cosecha que realiza la mayoría de las familias<sup>145</sup>.

El empleo de estas redes, en la forma de trabajo recíproco, se desarrolla cuando la mano de obra familiar no es suficiente para realizar todas las actividades que corresponden a esta fase del proceso productivo; pero, como puede observarse en el cuadro, estas acciones se presentan en dos variantes:

- I. La mayoría de familias opta por combinar las redes sociales/de parentesco con el contrato de jornaleros. Esta combinación de sub-estrategias se presenta, a su vez, en dos modalidades: a) los casos en los que siempre se recurre a los parientes, vecinos y/o amigos a través del intercambio de trabajo, el trabajo compartido, el apoyo familiar y económico a través de la participación en comités de ahorro; b) los casos en los que solo se recurre a

---

<sup>145</sup> Esto sucede, como señala Zoomers, en zonas donde hay un mejor acceso al mercado y mejores posibilidades de desarrollo de agricultura comercial (1998: 78).

las redes familiares en situaciones críticas durante la campaña de café y cuando es momento de realizar los beneficios post-cosecha (deshierbo, poda y abonamiento de los cafetales). Estas familias corresponden a los casos 2 y 6, quienes, además, solo se dedican a la caficultura.

- II. Algunas familias se apoyan únicamente en sus familiares, amigos y vecinos a través del intercambio de trabajo productivo y del trabajo compartido entre amigos o familiares<sup>146</sup>, sin contratar jornaleros. La elección de estas familias por recurrir a las redes de parentesco y sociales se debe a que se encuentran en una etapa inicial de crecimiento, y la mano de obra familiar con la que cuentan no es suficiente. En un caso esto ocurre porque se trata de una pequeña productora independiente que no ha formado su propia familia, y en otro caso porque la pareja tiene hijas muy pequeñas que todavía no pueden colaborar en las actividades productivas.

La preferencia mayoritaria de los casos para aumentar la fuerza de trabajo consiste en recurrir a las redes familiares y sociales, contratando también trabajadores para que realicen la cosecha selectiva del café y en algunos casos las actividades post-cosecha.

Así como es frecuente entre las familias recurrir al apoyo de sus familiares, amigos o vecinos para el desarrollo de sus actividades productivas, también encontramos que en todos los casos de estudio las familias tienden a la

---

<sup>146</sup> Este es realizado principalmente por apicultores y consiste en el trabajo conjunto de los apiarios que comparten varias familias.

**pluriactividad**, desarrollando diversas actividades económicas, tanto productivas y agrícolas como no productivas, con el objetivo de diversificar las fuentes de ingresos, pero complementándolas con la producción de alimentos para el consumo familiar<sup>147</sup>. En ese sentido, muchas familias optan por criar animales menores que se destinan exclusivamente para el autoconsumo.

En cuanto a las actividades generadoras de ingresos, en la mayoría de los casos la pareja suele desempeñarse en empleos temporales o dedicarse a otras actividades cuando ha concluido la campaña de cosecha de café.

En otros casos, los ingresos provenientes de las actividades productivas se complementan con los que se generan a partir de la administración de un negocio propio, comercio o empresa familiar que se mantiene de manera permanente. Al respecto, debe distinguirse entre las familias que se encuentran en una etapa de consolidación-estabilización de las que están en una etapa de acumulación. En el primer caso, las familias invierten en negocios propios que estén relacionados con las actividades productivas, ya sea la caficultura o la apicultura; siguiendo una lógica micro-empresarial. En el segundo caso, los productores invierten en negocios que no están relacionados directamente con las actividades productivas. En estos casos, las familias han optado por la diversificación de las fuentes de ingresos antes que en la inversión para transformar las actividades productivas en negocios familiares, debido a los riesgos que esto conlleva, como un posible

---

<sup>147</sup> El caso 4 se dedicó a la crianza de cuyes para el autoconsumo y la venta durante un tiempo, pero señalaron que la inversión de tiempo y dinero para la alimentación de los animales no justificaba las ganancias que se obtenían; por lo que optaron por dejar esta actividad definitivamente.

fracaso. Para las familias es más seguro establecer otro tipo de negocios, igualmente rentables, que demandan menos inversión y no requieren de mayor experiencia, como un puesto de venta en el mercadillo de San Ignacio<sup>148</sup> o un pequeño restaurante.

Otro conjunto de actividades que realizan las familias para minimizar los riesgos de sus actividades productivas corresponde a la **diversificación de los cultivos y de las parcelas**. Un primer grupo de casos escoge diversificar sus cultivos sembrando productos de pan llevar, cítricos y frutales para el autoconsumo. Solo un caso destina una parte de esta producción de frutales y cítricos para la venta en los mercados locales y para la transformación en productos con valor agregado, como mermeladas, licores, entre otros; que se venden a través de la empresa familiar. Otro conjunto de familias opta también por la diversificación de las parcelas de café en distintas zonas. Esta estrategia responde no solo al contexto geográfico-productivo, sino también a las posibilidades de los pequeños productores, que en estos casos los distinguen del resto porque no tienen familiares dependientes económicamente, se encuentran en una fase de acumulación y, además, poseen la mayor cantidad de tierras cultivables (cerca de 10 Has. cada uno). En ese sentido, buscan asegurar una buena producción aprovechando las ventajas que presentan los distintos suelos por las altitudes y ubicaciones en la provincia de San Ignacio. De este modo, si la

---

<sup>148</sup> El mercadillo de San Ignacio es un conjunto de puestos de venta de diversos productos y artículos como ropa, zapatos, juguetes, utensilios de cocina, etc.

producción de una parcela no es óptima, esto se compensa con la producción en otra y así se disminuyen las posibles pérdidas o se incrementan las ganancias.

Otro tipo de actividades que algunas familias realizan consiste en la reserva de una parte de la producción de café para una venta posterior en caso de que ocurra una emergencia o el precio de este suba. Estas familias recurren a esta sub-estrategia debido a que su productividad es alta y, además, no tienen la necesidad de disponer inmediatamente de dinero en efectivo, pues obtienen ingresos variados a partir de las diversas actividades económicas que desarrollan. Esto es posible ya que las familias también desarrollan la apicultura y esta actividad les trae tantos beneficios y ganancias como el café, siendo además la actividad productiva a partir de la cual cada una ha constituido una empresa familiar. En un caso, además, la familia tiene las condiciones para procesar el café, es decir molerlo y tostarlo, y venderlo directamente a través de su empresa.

Por último, algunas familias **ahorran y economizan** gastos al no contratar personal que se encargue de la cosecha selectiva de café, situación que se presenta en las familias en los que el área de café cultivable es pequeña y los ingresos económicos son limitados.

Las variaciones en el conjunto de estrategias de las familias responden a la influencia de las condiciones del contexto geográfico-productivo en cada una y a la situación de menor o mayor vulnerabilidad en la que puedan encontrarse a partir del contexto familiar. Ante una situación de este tipo, las familias optan por determinadas sub-estrategias que les permitan protegerse y minimizar los riesgos

de las actividades productivas que desarrollan y superar los cambios que puedan ocurrir y afectarlas.

No obstante, existen algunas diferencias entre los casos a partir de la importancia que tienen las actividades agrícolas para la economía doméstica. En el caso de las familias cuyas principales actividades económicas no son agrícolas y/o productivas, el desarrollo de estrategias de seguridad orientadas a dichas actividades no es una necesidad. Esto ocurre debido a que las actividades económicas no agrícolas -como empleos asalariados, administración de negocios, entre otros- constituyen la fuente principal de ingresos, superando a la caficultura y/o apicultura, las cuales están menos desarrolladas que en otros casos debido a que los productores llevan poco tiempo involucrados en dichas actividades. Por estos motivos, las familias tienden principalmente a la pluriactividad y la diversificación como parte de las estrategias de seguridad y de reducción de riesgos.

A diferencia de lo que ocurre con estas familias, en los casos en los que las actividades agrícolas son centrales para la economía familiar, las familias combinan estas actividades junto con el desarrollo de otras actividades económicas. Adicionalmente, se caracterizan por encontrarse en una situación de estabilidad económica, que además está más asociada al desarrollo de estrategias de consolidación-estabilización y de acumulación. Por este motivo, pueden considerarse como familias más ricas que las otras. En estos casos, además, las actividades productivas constituyen una fuente importante de

ingresos económicos, motivo por el cual las estrategias de seguridad y de reducción de riesgos que desarrollan se orientan a las actividades productivas, protegiéndolas de los riesgos que pueden ocurrir, sobre todo en el caso del cultivo de café.

Adicionalmente, otro aspecto que influye en este tipo de estrategias es el nivel de asociatividad. En ese sentido, solo las familias que se encuentran en una etapa de acumulación son más homogéneas en este aspecto que el resto, a diferencia de los casos que están en una etapa de crecimiento, donde se puede observar una mayor heterogeneidad. Esto se debe a que la asociatividad es parte de un proceso en las familias y, tal como han mostrado los casos, las familias jóvenes no suelen asociarse porque se encuentran en una etapa inicial del ciclo de vida familiar, recién están iniciando el desarrollo de actividades productivas y tienen poca experiencia y tiempo cultivando café, sus extensiones de tierras cultivadas son limitadas, cuentan con poco dinero para invertir y la mano de obra familiar es reducida. Por ello, complementan esta actividad con el desarrollo de actividades económicas no agrícolas. En el caso de los productores mayores, estos ya se encuentran en la etapa final del ciclo de vida familiar y cuentan con una trayectoria de producción de café, pues llevan años cultivando este producto. Así mismo, sus padres, y en algunos casos sus abuelos, también se dedicaron a esta actividad y de ellos aprendieron cómo realizarla. Por estos motivos, la mayoría se encuentra asociada a alguna organización y comprometidos con la misma.

Finalmente, la experiencia adquirida a partir de la participación de algunos integrantes de las familias en proyectos de desarrollo agroproductivo o la adquisición de nuevos conocimientos a través de capacitaciones y asesorías técnicas –tanto para productores cafetaleros como apicultores– también influye en la selección de las estrategias de seguridad. En ese sentido, algo que distingue al grupo de casos que se encuentran en una etapa de crecimiento es que las familias aún no cuentan con estas experiencias, mientras que las que están en una fase de consolidación o acumulación sí. Estas tienen experiencias pasadas y actuales de participación en proyectos para el mejoramiento de la productividad del café y de la apicultura en los cuales han recibido capacitaciones y asistencia técnica, poniendo en práctica lo aprendido y la información recibida para mejorar la productividad de las tierras, la renovación de los cafetales, el abonamiento continuo de las parcelas, el cuidado en las labores de beneficio del café, etc.; incrementando así su producción y mejorando la calidad del cultivo. En el caso de los apicultores, esto se refleja en el cambio periódico de la cera de las colmenas, en el correcto manejo y cuidado permanente de estas, en el cumplimiento del adecuado procesamiento de la miel una vez que se extrae, y en el incremento de la producción a través de la adquisición de más colmenas.

#### 6.4. Balance y desarrollo final

Como hemos señalado al presentar los distintos tipos de estrategias que las familias desarrollan para articular las lógicas de producción familiar y asegurar su reproducción (social), estas consisten en varias actividades o acciones que se eligen a partir de dos grandes factores: el contexto interno de la familia y el contexto geográfico y productivo en San Ignacio. Ambos factores configuran las oportunidades y limitaciones de las familias, a partir de las cuales se desarrollan las estrategias orientadas a las actividades productivas. Como se ha podido apreciar a lo largo del capítulo, todos estos aspectos mencionados varían de acuerdo a cada caso de estudio, generando las condiciones que permiten a algunas familias desarrollar un tipo de estrategias productivas y a otras familias otro tipo.

Respecto al primer factor mencionado, este abarca los objetivos y metas que se trazan a corto, mediano y largo plazo las familias, así como algunas características a partir de las cuales se establecen las condiciones de vida, se configuran las prioridades y objetivos; así como las posibilidades de desarrollo, crecimiento y generación de ingresos que orientan las estrategias familiares.

Así mismo, el contexto y situación de las familias se encuentran marcados por las actividades productivas y económicas que estas realizan. Como señal, la gran mayoría de familias estudiadas desarrollan actividades complementarias al cultivo de café, ya sea para la generación de ingresos monetarios como para

asegurar el consumo familiar; al mismo tiempo que realizan una o más actividades económicas no agrícolas para obtener ingresos extras<sup>149</sup>, principalmente durante las épocas en las que no hay campaña de café y las actividades en la chacra disminuyen. De otro lado, las familias también desarrollan actividades de generación de conocimientos y acceso a la información en las que participan principalmente el jefe de familia y/o su pareja, como por ejemplo proyectos agropecuarios, capacitaciones, talleres y cursos relacionados con las actividades productivas.

Finalmente, también son importantes las relaciones entre los miembros de la familia, la dinámica familiar, los roles en el hogar, y cómo se relacionan los integrantes con otros familiares, amigos y/o vecinos. Todo esto varía de acuerdo al ciclo de vida familiar. Por ejemplo, si hay hijos muy pequeños, si los hijos están en crecimiento y algunos ya son mayores, o si los hijos ya han formado sus propias familias y los padres viven solos. Así mismo, se producen cambios en función a la residencia, sobre todo respecto a la participación en las actividades productivas, cuando los hijos mayores no se han independizado económicamente todavía, pero se encuentran viviendo fuera del lugar de residencia de los padres por motivo de estudios o migración laboral.

Por otro lado, se encuentra la influencia del contexto geográfico y productivo de San Ignacio, que se refiere a las diversas características del lugar.

---

<sup>149</sup> Véase el Cuadro N° 2: Actividades económicas de las familias, ubicado en el Capítulo 5, sección 5.4. Balance de las familias dedicadas al cultivo de café y producción de miel: características y actividades económicas.

Por ejemplo, la existencia de tres zonas de altitud para cultivar café, presentando cada zona un clima, humedad y geografía diferentes. La infraestructura – carreteras y vías de acceso– que facilita la comunicación entre la ciudad de San Ignacio y los distintos caseríos<sup>150</sup> donde las familias viven o tienen sus parcelas y apiarios. Además, la presencia de comerciantes de café, asociaciones y cooperativas de pequeños productores, así como de empresas que se encargan de la comercialización del producto. De igual modo se incluyen la presencia de actores externos -como ONG's- y la ejecución de programas de desarrollo agroproductivo implementados con financiamiento de la cooperación internacional, el Estado y los Gobiernos Regionales y Municipalidades Provinciales. En tal sentido, para muchos caficultores y apicultores, la participación en este tipo de proyectos ha marcado una diferencia en su situación respecto a la de otros productores en la zona, brindándoles herramientas y nuevos conocimientos que han sabido aprovechar para su propio beneficio y el de sus familias.

El análisis de las estrategias familiares también ha permitido identificar que existen algunas coincidencias entre las familias, motivo por el cual en algunos casos sus acciones y objetivos son similares. De otro lado, también se ha podido identificar que las particularidades propias de las familias generan acciones, es decir estrategias, que varían de acuerdo a ciertos factores: la asociatividad, los

---

<sup>150</sup> La mayoría de caminos y carreteras no están asfaltadas, sino afirmadas, por lo que los viajes desde la ciudad hacia los distintos caseríos pueden tomar más tiempo, también en función a la distancia en que se encuentran.

tipos de actividades productivas y agrícolas que desarrollan, la productividad de las mismas, y la forma de articulación al mercado que conllevan.

En ese sentido, encontramos que entre las familias hay distintas formas de alcanzar el crecimiento económico, social y productivo. Por un lado, en un caso esto se desarrolla a partir del mejoramiento de la productividad del café orgánico, a través del cual se generan ingresos económicos que a su vez permiten la inversión en la chacra y en el desarrollo de otras actividades para asegurar la producción de alimentos para el consumo. En los otros casos, la combinación de actividades productivas con otras actividades económicas, como la aparcería, el alquiler de pastos, los empleos temporales y permanentes, y el establecimiento de negocios propios; son las acciones que las familias realizan para lograr dichos objetivos. De igual modo, se priorizan acciones que van a mejorar la producción de café, aumentar la productividad y generar mayores ingresos económicos, sin necesidad de una asociación directa a alguna organización de productores cafetaleros.

Entre las familias que desarrollan estrategias de estabilización y consolidación, encontramos que todas ponen en práctica acciones y actividades que buscan asegurar la estabilidad económica familiar y, sobre todo, la educación de los hijos. En estos casos, la asociatividad es un factor muy importante, pues además de funcionar como un seguro para las familias en situaciones de riesgo o crisis del café, como la reducción de precios, la aparición de plagas o enfermedades, entre otros; también generan oportunidades de participación de los

productores en proyectos productivos y de adquisición de nuevos conocimientos técnicos a través de las asesorías y capacitaciones que brindan las áreas técnicas de las organizaciones. Estas familias, además, cuentan con mayores ingresos y posibilidades de inversión; motivo por el cual las estrategias que desarrollan están orientadas principalmente a mejorar las actividades productivas, sobre todo el cultivo de café orgánico, el cual venden a la asociación o cooperativa en la que se encuentra asociado el jefe de familia. Así mismo, la mayoría son familias con mayor diversificación de ingresos económicos que en los otros casos, en parte debido a las distintas actividades que se relacionan con la apicultura y que permiten la articulación a mercados locales y regionales, así como la transformación de la miel y otros productos en derivados y la posterior venta de los mismos.

En los casos en los que las acciones principales de la familia se orientan a la acumulación, los productores ya han alcanzado una estabilidad económica y familiar, y ahora priorizan la concentración de activos para invertirlos en mejorar su productividad, hacer crecer su negocio propio o iniciar uno. Por un lado, los esfuerzos y recursos con los que cuentan las familias se pueden destinar a incrementar y mejorar la producción de café orgánico para obtener una mejor calidad y una mayor rentabilidad. Por otro lado, la acumulación de dinero responde al deseo de inversión en un negocio propio relacionado con la apicultura, por lo que también es necesaria una mayor dedicación e inversión en las actividades productivas.

Considerando los aspectos mencionados, a continuación presento un último cuadro que permite visualizar cómo se relacionan los tres tipos principales de estrategias familiares con la articulación al mercado y la asociatividad, a partir de la clasificación de las familias presentada al final del capítulo anterior.



**Cuadro N° 10: Estrategias familiares, articulación al mercado y asociatividad en función a tipos de familia**

Estrategias familiares	Tipo de familias	Articulación al mercado		Asociatividad	
		Forma	Nivel	Forma	Nivel
<p align="center"><b><u>De crecimiento</u></b></p> <p>1. Actividades orientadas al mejoramiento de la productividad del café</p> <p>2. Actividades para generar ingresos extras</p> <p>3. Adquisición de vivienda propia</p>	<p><b><u>Tipo A</u></b> Familias más dedicadas a la agricultura y articuladas al mercado</p>	A través de organizaciones de productores	Alto	Directa	Alto
				Indirecta	
	<p><b><u>Tipo D</u></b> Familias menos dedicadas a la agricultura, menos articuladas al mercado y sin asociatividad</p>	A través de intermediarios (acopiadores y comerciantes)	Intermedio	-	-
<p align="center"><b><u>De consolidación-estabilización</u></b></p> <p>1. Actividades para mantener/aumentar la productividad de las actividades productivas</p> <p>2. Inversión en negocios propios relacionados con las actividades productivas</p>	<p><b><u>Tipo A</u></b> Familias más dedicadas a la agricultura y articuladas al mercado</p>	A través de organizaciones de productores	Alto	Directa	Alto
		A través de organizaciones de productores/de manera individual	Intermedio	Indirecta	Intermedio
	<p><b><u>Tipo B</u></b> Familias menos dedicadas a la agricultura pero</p>	A través de organizaciones de	Intermedio	Directa e indirecta (café)	Intermedio

3. Vivienda en la ciudad de San Ignacio	articuladas al mercado	productores/de manera individual		Directa	Bajo
4. Educación de los hijos	<b>Tipo C</b> Familias más dedicadas a las actividades productivas y más articuladas al mercado siguiendo una lógica de pequeños empresarios	A través de organizaciones de productores y empresas familiares	Alto	Directa	Alto
5. Participación en proyectos productivos y capacitaciones técnicas sobre producción de café o apicultura		<b>Tipo D</b> Familias menos dedicadas a la agricultura, menos articuladas al mercado y sin asociatividad	A través de intermediarios (acopiadores y comerciantes)/de manera individual	Intermedio	-
<b><u>De acumulación</u></b>					
1. Actividades para el mejoramiento de la productividad del café	<b>Tipo A</b> Familias más dedicadas a la agricultura y articuladas al mercado	A través de organizaciones de productores	Alto	Directa	Alto
2. Participación en capacitaciones técnicas relacionadas con la producción orgánica					
3. Inversión en comercios y negocios no relacionados con las actividades agrícolas					

*Elaboración propia.*

Como muestra el cuadro anterior, tanto la articulación al mercado de las familias como su nivel de asociatividad son definidos en función a la importancia que tienen las actividades productivas –agrícolas y apícolas– para las familias. En los casos con un mayor desarrollo y dedicación de estas actividades se observa que el nivel de articulación al mercado es alto, al igual que la asociatividad. Esta relación es incluso más fuerte en los casos que logran articularse al mercado a través de sus empresas familiares, pues esto los sitúa en un nivel distinto, en tanto que orientan sus actividades productivas bajo una lógica de pequeños empresarios. De este modo, sus estrategias responden a estos objetivos, al igual que en los otros casos responden a la consolidación familiar o al crecimiento. De otro lado, las familias “menos agrícolas”, con un menor desarrollo e inversión en estas actividades se encuentran articuladas al mercado, pero en un nivel intermedio o bajo, y en los casos que se encuentran asociados el nivel también es intermedio.

Así, a diferencia de lo que ocurre con familias campesinas en otras zonas del país, los casos de estudio han mostrado que las estrategias familiares no buscan la sobrevivencia de la familia, pues no se trata de pequeños productores en una situación de pobreza y/o extrema vulnerabilidad, sino de familias insertadas en los mercados locales, regionales e internacionales. En ese sentido, no son familias campesinas pobres que se apoyan más en estrategias de seguridad y reducción de riesgos, sino que están mucho más interesadas en articularse a los distintos mercados que el café ofrece, pues están en condiciones

para hacerlo, y en invertir para mejorar sus actividades productivas y la calidad de vida de sus integrantes, más que en ver cómo “sobrevivir”. Por ello, las familias desarrollan estrategias que, si bien aseguran el consumo familiar, también permiten la generación de ingresos y la articulación al mercado. En ese sentido, los tres tipos de estrategias principales que hemos descrito responden a estos objetivos.



## CONCLUSIONES

Esta tesis se ha enfocado en las familias de pequeños productores cafetaleros y apicultores, sus principales actividades productivas y sus estrategias. A partir de ello hemos visto que las familias se encuentran insertadas al mercado en distintos niveles, siendo la forma más común la asociatividad a cooperativas o asociaciones de productores. Así mismo, también hemos visto que las estrategias que desarrollan se encuentran en función a dicha inserción y asociatividad, así como en función a ciertos aspectos que caracterizan a las familias y su producción de café y miel.

A partir de la información presentada en los capítulos que han formado parte de esta tesis pueden mencionarse algunas conclusiones respecto a las familias, su producción de café y miel, y sus estrategias.

### **Sobre las familias y sus actividades productivas**

La producción de café es una actividad que está en constante expansión y crecimiento, involucrando a miles de familias en diferentes zonas del país. El éxito de este sector se debe a la labor de los pequeños productores, quienes, con apoyo de diferentes organizaciones de productores, han posicionado al café peruano en el mercado internacional, accediendo a diferentes certificaciones que incrementan el valor del producto y les generan mayores ingresos.

En ese sentido, hemos visto que las organizaciones están consolidándose, no solo en la zona de San Ignacio, sino también a nivel nacional. Tanto su presencia como la labor que realizan para el acopio y comercialización directa del café de cientos de productores las ubica como un actor muy importante en la cadena productiva del café; sobre todo porque han tenido una mayor incidencia en el aspecto de la comercialización, al igual que en el manejo y las prácticas agrícolas para el mejoramiento de la calidad y productividad del café. Esto también es producto de que dichas organizaciones han llenado algunos vacíos que dejó el Estado y que el sector privado no ha sabido afrontar, sobre todo relacionados con el acceso a créditos y préstamos para los agricultores; cubriendo así algunas necesidades y demandas de los productores.

Hemos encontrado que, en general, los productores tienen una tradición familiar de producción cafetalera que proviene de los padres, abuelos y otros familiares dedicados a esta actividad, quienes les han heredado los terrenos de

cultivo, así como los conocimientos. De este modo, la mayoría llega a los 30 años de experiencia productiva, realizando esta actividad con el objetivo principal de asegurar un ingreso económico permanente a través de la agricultura orientada hacia el mercado, pero manteniendo hasta cierto punto las lógicas de producción de las familias campesinas; es decir, la producción para el autoconsumo, la diversificación y pluriactividad, con lo que aseguran su reproducción social. Un aspecto más a destacar es el intensivo uso de mano de obra familiar para el desarrollo de las actividades productivas, lo que constituye una característica común entre los pequeños productores, tal como señalan Trivelli, Escobal y Revesz (2006). De este modo, todos los integrantes de las familias participan y se involucran en las distintas fases del proceso productivo del café, y en algunos casos también de la miel. Adicionalmente, las familias suelen contratar jornaleros durante el periodo de cosecha para evitar pérdidas ocasionadas por una sobremaduración del café cerezo.

Esta, así como otras acciones para favorecer el desarrollo productivo, se realiza porque las familias consideran que la caficultura es una actividad productiva muy importante, constituyendo en la mayoría de casos la base de la economía familiar. Sin embargo, los productores deben enfrentarse constantemente a los riesgos asociados a la producción orientada hacia el mercado, es decir, a los riesgos que conlleva la caficultura, como la fluctuación en el precio internacional, las plagas y enfermedades que afectan los plantones, la susceptibilidad a los cambios climáticos, entre otros; que exigen un mayor cuidado

en las prácticas agrícolas, pero, además, una inversión que asegure un buen rendimiento y calidad del café. Esta situación suele compensarse con los ingresos de la venta cuando el precio es elevado, pero cuando no lo es, los productores no siempre ven buenos resultados a todo el trabajo productivo e inversión que realizan, pues sus ingresos alcanzan a cubrir los costos de producción sin generar mayores excedentes.

Debido a ello y a que algunos tampoco se encuentran en una situación que les permita cumplir con dichas exigencias, puesto que llevan poco tiempo involucrados en esta actividad, no cuentan con la mano de obra familiar suficiente ni alcanzan un volumen de producción elevado; es que los productores prefieren no asociarse ni iniciar la producción orgánica, optando por vender su café a los distintos intermediarios que se encuentran en San Ignacio; a pesar de que reconocen los beneficios y aspectos positivos de la asociatividad.

La mayoría de las familias desarrolla la apicultura de manera complementaria a la producción de café. En estos casos, además, no existe una tradición familiar de producción de miel, a diferencia de lo que sucede con los caficultores. Visto de este modo, se trata de familias que están iniciando una nueva actividad productiva como una forma para insertarse al mercado a través de la venta de miel y otros productos extraídos de las colmenas en los mercados

locales y regionales. Aunque este es uno de sus objetivos, solo destinan una parte de su producción para ello, reservando otra parte para el consumo familiar.

Un aspecto muy importante entre los apicultores es que es a partir de cómo perciben la apicultura como actividad económica que organizan su producción y establecen sus estrategias. Para algunos esta constituye una actividad igual o más importante que la caficultura, a partir de la cual han encontrado nuevas formas de articularse al mercado, estableciendo sus propias empresas familiares a través de las cuales acopian, procesan y comercializan miel y productos derivados de otros productores, así como su propia producción; y venden materiales apícolas. Esta situación los coloca en una posición diferente a otros apicultores e incluso a los cafetaleros, pues significa que se orientan por lógicas más micro-empresariales, asumiendo otro tipo de riesgos.

### **Sobre las estrategias familiares**

El objetivo principal de esta tesis ha sido comprender cómo escogen y desarrollan las familias cafetaleras y apicultoras sus estrategias vinculadas con las actividades productivas. En general, encontramos que las estrategias se encuentran en función a las características y condiciones de vida de las familias, de sus actividades económicas y productivas, y de sus objetivos y prioridades.

En conjunto, estos aspectos generan ciertas diferencias en el contexto de cada familia, a partir de las cuales se escogen determinadas estrategias que he

clasificado como: **a) estrategias de crecimiento, b) de estabilización-consolidación y c) de acumulación. Así, queda claro que estos tres tipos son diferentes de acuerdo a las familias, sus condiciones de vida y orientaciones particulares.**

**Las estrategias de crecimiento** son realizadas por familias jóvenes que buscan crecer económicamente y desarrollarse productivamente en el mediano y largo plazo. Para ello, algunas se basan en sus actividades agrícolas, sobre todo la producción de café para la venta como principal fuente de ingresos; por lo que sus estrategias principales consisten en la adquisición de recursos productivos, como tierras y colmenas, el mejoramiento de la productividad a través de la construcción de plantas de beneficio para el café, el aumento de la producción y la aparcería. Otras familias no dependen tanto de sus actividades agrícolas para generar ingresos, basándose en actividades no agrícolas para asegurar su economía doméstica. En estos casos, sus estrategias principales consisten en la adquisición de una vivienda propia y en el alquiler de tierras.

De este modo, vemos que algunas familias consiguen su crecimiento a partir de la caficultura, sentando las bases para una expansión futura y un mayor desarrollo productivo a mediano y largo plazo; mientras que otras familias dependen de la combinación de varias actividades económicas, aunque igualmente consideran que la caficultura es su principal actividad productiva.

**Las estrategias de consolidación-estabilización** constituyen otro tipo de acciones que realizan algunas familias. A través de estas buscan mantener el bienestar alcanzado y mejorar su calidad de vida en el corto plazo. Para lograr estos objetivos, las familias que son cafetaleras buscan mantener la buena productividad de sus cultivos, al mismo tiempo que invierten en el mejoramiento de la infraestructura de la chacra, en la construcción de una vivienda en la ciudad, en la adquisición de bienes de consumo y en la educación de los hijos. En el caso de las familias que también se dedican a la apicultura, sus estrategias principales son el aumento del número de colmenas para incrementar la productividad, las inversiones en negocios propios a partir de esta actividad para generar más ingresos, la participación en proyectos productivos, el mejoramiento de la calidad de las tierras y la educación de los hijos.

En este conjunto de familias encontramos que las actividades productivas son centrales para la economía familiar, constituyendo la fuente principal de ingresos. La manera como algunas de estas familias logran consolidarse y estabilizarse económicamente es justamente a través de la caficultura. En otros casos, la consolidación y estabilización se logran a través del mayor desarrollo productivo de la apicultura y el establecimiento de negocios familiares basados en esta actividad.

**Las estrategias de acumulación** son actividades o acciones que realizan los productores mayores que generalmente se encuentran solos, pues sus hijos ya han formado sus propias unidades domésticas. A pesar de estos cambios, no se

trata de familias en una situación particularmente vulnerable o de crisis; por el contrario, estas tienen por objetivo principal continuar incrementando sus ingresos para acumular bienes y capital. Para ello, los productores que basan su economía en la caficultura tienden a concentrar recursos productivos, principalmente tierras de cultivo, tratan de incrementar la productividad de sus chacras y participan en capacitaciones técnicas relacionadas con la caficultura. De otro lado, uno de los casos logra esta acumulación de ingresos a través de sus actividades no agrícolas, como son un negocio propio y un empleo permanente. En este caso, las estrategias principales no están relacionadas con las actividades productivas, limitándose solo al aumento de las extensiones de cultivo. Si bien la forma de acumulación de la familia no se centra en las actividades agrícolas, en el corto plazo los ingresos provenientes de las otras actividades económicas van a permitir a la pareja invertir en la chacra y el apiario, mejorando su capacidad productiva.

**De otro lado, encontramos que el contexto geográfico y productivo de San Ignacio influye en el desarrollo de las acciones para la seguridad y protección de las familias.** En ese sentido, los caficultores y apicultores toman en cuenta factores externos que afectan directamente su contexto particular, ya sea de manera positiva o negativa. Por ejemplo, el cambio climático que afecta a la zona de San Ignacio, ya que una eventual sequía o fuertes lluvias pueden dañar la producción de café y de miel. Además, la ubicación de las chacras y apiarios también determina las facilidades para el trabajo productivo o la cosecha, así

como para el transporte de los productos. Así, las acciones que todas las familias realizan para protegerse frente a riesgos negativos consisten principalmente en la diversificación de sus actividades económicas y de sus cultivos, en el ahorro de dinero y en el empleo de sus redes de parentesco y sociales para el desarrollo de sus actividades productivas.

### **Sobre las variables que influyen la selección de las estrategias familiares**

A partir de lo visto en esta tesis, podemos señalar que **existen tres variables que influyen en la selección que hacen las familias de sus estrategias, los cuales son: 1) el ciclo demográfico familiar, 2) la articulación al mercado y 3) la asociatividad.**

En primer lugar, **el ciclo demográfico o de vida de la familia** se refiere a la etapa de desarrollo en la que se encuentra cada una, en función a su composición, la disponibilidad de fuerza de trabajo, de recursos productivos y capitales, y las necesidades de consumo de los integrantes. Todo ello establece las posibilidades para el desarrollo productivo de la familia, a partir de las cuales se realizan determinadas estrategias que permitan alcanzar los objetivos que estas establecen.

De este modo, en una primera etapa las familias se dedican a generar ingresos que en el mediano y largo plazo les permitan estabilizarse y alcanzar un mejor nivel y calidad de vida. En esta etapa, las actividades agrícolas todavía no

son centrales para la economía doméstica de algunas familias, pues la disponibilidad de fuerza de trabajo se limita a los padres. Como no hay hijos o si los hay estos son pequeños, las necesidades de consumo son menores que en otros casos. Debido a estas condiciones, el tipo de estrategias que eligen las familias son de crecimiento, a partir de la generación de ingresos provenientes de actividades económicas no agrícolas, como empleos remunerados; y de la combinación de distintos tipos de actividades económicas. Así, aunque en algunos casos la fuente principal de ingresos no sea la agricultura, debido a la menor cantidad de tierras y la capacidad productiva; las familias buscan sentar las bases para un desarrollo agrícola a futuro a través de la adquisición de más tierras y de la paulatina inversión para mejorar su productividad.

En una segunda etapa del ciclo demográfico las condiciones de vida de las familias han mejorado, debido a que los hijos han crecido y pueden colaborar en las actividades agrícolas; al mismo tiempo que los hijos mayores generan ingresos económicos extras. En estos casos, las actividades productivas son la base de la economía familiar, sobre todo la caficultura, constituyendo la fuente principal de ingresos. Dado que la capacidad productiva de las familias se ha incrementado y disponen de suficiente fuerza de trabajo, los objetivos y estrategias ahora se enfocan en la satisfacción de las necesidades de consumo de los integrantes y en mantener el bienestar y nivel de vida alcanzados. Esto es posible debido a que las familias cuentan con suficientes recursos productivos y capitales. Así, sus estrategias principales son de consolidación-estabilización y consisten en

inversiones para mantener la productividad de la caficultura y/o apicultura, y de la producción orgánica; la adquisición de bienes -como una segunda vivienda- y bienes de consumo, así como la educación (superior) de los hijos. Adicionalmente, algunas familias han buscado que las actividades productivas generen mayores ingresos, por lo que una de sus estrategias más importantes ha sido establecer negocios propios a partir de la apicultura.

La tercera etapa del ciclo de vida familiar se caracteriza por un decrecimiento demográfico y envejecimiento de los integrantes, así como por una recomposición familiar; puesto que los hijos adultos han dejado la vivienda y constituido sus propias unidades domésticas. Debido a ello, la disponibilidad de fuerza de trabajo se ve nuevamente limitada a los padres. De otro lado, la posibilidad de generar ingresos se remite a las actividades agrícolas, que son centrales en algunos casos, o a actividades no agrícolas. A pesar de los cambios que se han producido al interior de las familias, estas no se encuentran en una situación de empobrecimiento; por el contrario, continúan priorizando la acumulación de bienes y capital, evitando caer en una situación de extrema vulnerabilidad. De este modo, las estrategias que facilitan dicha acumulación consisten en mantener la productividad o aumentarla, en el caso de la apicultura. Además, como las necesidades de consumo se han reducido, también es posible el mayor gasto en otras actividades y la inversión en negocios propios que ya existen o que se quieren iniciar a futuro.

Es importante señalar que cada etapa del ciclo de vida familiar implica ciertas posibilidades y limitaciones para los productores, las cuales permiten que se desarrolle determinado tipo de estrategias. Como han mostrado los casos, aunque existan algunas similitudes, las estrategias principales son diferentes.

En segundo lugar, **la selección de las estrategias también se ve influida por la articulación al mercado y la asociatividad.** Tanto el nivel de articulación como la forma dependen del tipo de actividad productiva que realiza cada familia. En el caso de la producción de café, el nivel de articulación es bastante alto, pues los productores pueden acceder a mercados internacionales y de cafés especiales. Es importante considerar que este tipo de inserción al mercado del café, entendida como un medio para la generación de ingresos económicos y la reproducción social de los pequeños productores, supone una intensificación de la producción, cambios en la distribución de las tareas de los miembros de la unidad familiar y cambios en los patrones de consumo. Además, también implica diferentes requerimientos para los productores, así como riesgos asociados a la caficultura y a la producción orientada hacia el mercado internacional. Ante esto, los productores responden desarrollando estrategias de seguridad y protección que minimicen los efectos negativos de los factores externos que conlleva dicha articulación.

De otro lado, hemos visto que en el caso particular de los productores que también se dedican a la apicultura, la articulación al mercado es menor, en tanto que difícilmente pueden acceder a nichos de mercado internacionales; comercializando la miel y otros productos de las colmenas en mercados locales y regionales. Además, la inserción al mercado no implica los mismos riesgos que en la caficultura, puesto que los precios no están condicionados por factores externos. No obstante, hay dificultad para la comercialización de grandes volúmenes de miel, porque no hay mucha demanda ni compradores ya conocidos; por lo que los apicultores prefieren la venta individual de miel, destinando una buena parte de su producción al consumo familiar. Ante este escenario, diferente en muchos aspectos a la caficultura, algunos apicultores han encontrado nuevas formas de articularse al mercado, estableciendo empresas familiares para el acopio y la comercialización de productos apícolas; por lo que sus estrategias se orientan principalmente a la inversión en dichos negocios y a facilitar el proceso productivo, recurriéndose a las redes de parentesco y sociales para trabajar de manera recíproca o compartida.

**Una de las formas en que los pequeños productores se articulan al mercado es asociándose a cooperativas o asociaciones; situación que se presenta principalmente entre los productores cafetaleros,** debido a las ventajas que esto supone para hacer frente a los riesgos de la caficultura, así como para acceder a los mercados de cafés especiales y a distintos servicios y

beneficios ofrecidos por las organizaciones de productores. En respuesta a ello, los productores se comprometen a cumplir con ciertas exigencias, como mantener un volumen de producción elevado que permita acopiar por lo menos el 70% a la organización, una buena calidad de café y respetar las normas de producción orgánica. Esto implica que las familias desarrollen estrategias que les permitan mantener o mejorar la productividad, implementar la chacra con infraestructura adecuada para el beneficio post-cosecha del café, y asegurar una buena calidad, realizando periódicamente determinadas prácticas agrícolas como el abonamiento, poda y deshierbo de los cafetales.

Es importante resaltar que, si bien la asociatividad es mayor en productores cafetaleros que en apicultores, esta forma parte de un proceso en las familias; manifestándose solo en los casos en los que se cuenta con los recursos suficientes para afrontar los distintos requerimientos de las organizaciones, así como con la experiencia y capacidad productiva. Esto significa que las familias que se encuentran en una etapa de consolidación y acumulación son las que cuentan con estas características y se encuentran en la posibilidad de asociarse, mientras que las familias en etapa de crecimiento todavía no están listas y tampoco les resulta muy atractiva dicha forma de articulación al mercado. Por ello, prefieren la venta de café a intermediarios.

**De igual modo, entre los apicultores -más allá de la etapa del ciclo de vida familiar en la que se encuentren- la asociatividad no es considerada como una alternativa muy ventajosa, como sí lo es en el caso de los**

**caficultores**; debido a que la asociación no tiene la capacidad para acopiar la miel de todos los socios y comercializarla rápidamente. En estos casos, asociarse no se considera necesario ni particularmente interesante, priorizándose así otras formas de inserción al mercado.

A lo largo de la tesis hemos visto que el ciclo demográfico, la articulación al mercado y la asociatividad están fuertemente relacionados entre sí, estableciendo ciertas condiciones, posibilidades y limitaciones entre las familias. **Así, en términos generales, las estrategias se vinculan a un ciclo de generación de ingresos y a un proceso de articulación al mercado y asociatividad, a partir de los cuales se escogen unas estrategias sobre otras.**

Como hemos visto, las familias pueden encontrarse en distintas situaciones, siendo en unos casos de crecimiento inicial, en otros de consolidación y en otros de decrecimiento familiar pero con acumulación. A partir de esto, las familias que cuentan con mayor capacidad productiva, disponen de fuerza de trabajo y de suficientes recursos productivos se basan principalmente en sus actividades agrícolas para generar ingresos, y encuentran que la asociatividad es una herramienta que puede favorecerlas bastante en su inserción al mercado del café. De este modo, tanto la articulación al mercado como la asociatividad generan en los productores la necesidad de desarrollar estrategias que les permitan mantener o incrementar su productividad, mejorar la calidad de las tierras, realizar prácticas

agrícolas acordes con la producción orgánica e invertir en infraestructura en la chacra para el procesamiento del café.

En los casos en los que las actividades productivas todavía no constituyen la fuente principal de ingresos, el nivel de asociatividad es bajo o no existe, el desarrollo de estrategias relacionadas con dichas actividades no es tan marcado; optándose más bien por estrategias que permitan la generación de ingresos y el mejoramiento de la calidad de vida de la familia, como la diversificación de las actividades económicas, la construcción de una vivienda en la ciudad y la inversión en negocios como talleres de carpintería o soldadura y pequeños restaurantes.

Así, vemos que de acuerdo a la situación en la que cada familia se encuentra es que se escoge cierto tipo de estrategias para alcanzar los objetivos establecidos, aunque en todos los casos estos se vinculan a la generación de ingresos y al desarrollo económico, articulándose al mercado del café y/o de la miel en distintos niveles y de distintas formas, siendo una de ellas la asociatividad.

Para finalizar me gustaría señalar la importancia que considero que tiene continuar profundizando en los temas abordados en esta tesis, sobre todo debido a que algunos aspectos escapaban al propósito de esta investigación.

A partir de lo visto en torno a la producción de café sabemos que las familias se encuentran expuestas a ciertos riesgos asociados a esta actividad

productiva. En ese sentido, sería muy interesante ampliar el análisis presentado sobre las acciones que las familias cafetaleras realizan para minimizar y protegerse frente a dichos riesgos en el contexto actual; teniendo en cuenta que han confluído distintos factores como la disminución en el precio del café y en el volumen de producción, y la aparición de la enfermedad de la roya del café. Es por estos motivos, además, que los productores y las organizaciones que los agremian han solicitado medidas de apoyo desde el Estado para las zonas declaradas en emergencia.

Vinculado a esto, un estudio comparado de dos o más zonas en el país también podría profundizar sobre la situación de los productores en el contexto nacional. Como esta investigación sobre los productores cafetaleros en la zona de San Ignacio ha mostrado, algunas de sus principales preocupaciones están vinculadas a los cambios en el entorno productivo que afectan el desarrollo de la actividad y a ellos mismos, así como a la falta de acceso a créditos. Así, sería pertinente explorar de manera comparada dichos aspectos, incluyendo las diferencias o similitudes que comparten los productores de distintas zonas, así como sus principales necesidades y demandas; lo que permitiría conocer qué línea pueden seguir las políticas sectoriales que beneficien a los productores y faciliten su crecimiento y desarrollo productivo.

De otro lado, hemos visto que la caficultura y apicultura son actividades que involucran a todos los integrantes de las familias, siendo en algunos casos más acentuadas las labores de las mujeres en determinadas fases del proceso

productivo de la miel. Esto nos lleva a preguntarnos por las formas de participación femenina en dichas actividades. ¿Cuál es la situación actual de las productoras y apicultoras? ¿Con qué recursos productivos cuentan? ¿Cómo es el acceso a créditos? ¿Cuál es su nivel de asociatividad? A partir de esto último, también podría profundizarse en el tema del café femenino y su impacto en las condiciones de vida de las productoras que están accediendo a este tipo de mercado.

Finalmente, considerando la importancia que han adquirido en el mercado internacional los cafés especiales, cabe preguntarse: ¿cuáles son las limitaciones y oportunidades que generan para los productores cafetaleros en el país? ¿Cuáles son sus necesidades para acceder a estos mercados? ¿De qué manera influyen la asociatividad y el cooperativismo en estos aspectos?

## BIBLIOGRAFÍA

### ***Bibliografía citada***

ALARCÓN, María del Pilar

2011 “Perú: tendencias de mercado de café convencional y especial”. Exposición presentada en Expo Café Perú II: Lima.

ANDINA: AGENCIA PERUANA DE NOTICIAS

2012 “Producción de mujeres cafetaleras se dinamiza en el Peru”. Fecha de consulta: 26 de noviembre de 2012. <  
<http://www.andina.com.pe/Espanol/Noticia.aspx?id=NT1hBa4ExZ8=#.UpjiWt12a64>>.

BARRENECHEA, Carlos

1986 *Café: problemática y alternativas*. Lima: Cepes.

BARRIGA, Paola

2009 *Funcionamiento de cooperativas cafetaleras y su impacto en la vida familiar de sus asociados: casos de familias de dos sectores de la provincia de La*

*Convención vinculadas a la Cooperativa Maranura y a la Central de Cooperativas COCLA.* Lima: Tesis de Licenciatura con Mención en Antropología. Facultad de Ciencias Sociales, PUCP.

BECERRA, Karissa

2010 *Café de las nubes del Perú.* Lima: USMP.

CABALLERO, Amadeo

2006 “La apicultura en el Perú”. *Agro Enfoque* 21, no. 149. Pp. 88-89. Disponible en: *Academic Search Complete, EBSCOhost.* Consulta: 6 de Mayo de 2011.

CASTRO, Pilar, Yabed CONTRERAS, Delia LACA y Keiko NAKAMATSU

2004 “Café de especialidad: alternativa para el sector cafetalero peruano”. *Cuadernos de Difusión* 9, No. 17, pp. 61-84. Disponible en: *Academic Search Complete, EBSCOhost.* Consulta: 6 de Mayo de 2011.

CENTRO PERUANO DE ESTUDIOS SOCIALES (CEPES)

2011 “Mistura 2011: la pequeña agricultura – Perú”.

<http://www.youtube.com/watch?v=FBcGfXGELoY>

2002 “La crisis del café ‘Pobreza en tu taza’”. *La Revista Agraria*, número 39. Lima. Consulta: 20 junio de 2011

<http://www.larevistaagraria.org/sites/default/files/revista/r-agra39/arti-01c.htm>

CHARVERIAT, Céline

- 2001 *Bitter Coffee: How the Poor are Paying for the Slump in Coffee Prices.*  
Oxford: Oxfam GB. Consulta: 10 de mayo de 2011. <<http://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/bitter-coffee-how-the-poor-are-paying-for-the-slump-in-coffee-prices-114002>>

CLARENCE-SMITH, William

- 2003 *The global coffee economy in Africa, Asia and Latin America, 1500-1989.*  
Cambridge: Cambridge University Press.

DEERE, Carmen Diana

- 1992 *Familia y relaciones de clase: el campesinado y los terratenientes en la Sierra norte del Perú, 1900-1980.* Lima: IEP.

DE WECK, Charles y Clever LA TORRE

- 2007 “Un futuro para el café pasado”. En: *Perú Hoy: mercados globales y (des)articulaciones internas.* Lima: DESCO.

DIEZ, Alejandro

- 2007 “Acerca de cómo pueden conectarse los pequeños productores con los mercados”. En: *Perú Hoy: mercados globales y (des)articulaciones internas.* Lima: DESCO.

2006 "Redes, organizaciones y movilidad económica en comunidades campesinas (El caso de Huayopampa)". En: *Debate Agrario*, No 40-41 (Jul. 2006), pp. 61-84.

EGUREN, Fernando

2002 "Sector agrario, pequeños agricultores y campesinos: una visión sucinta". En: *Socialismo y participación*, No 94, (Dic. 2002), pp. 105-124.

FIGUEROA, Adolfo

1981 *La economía campesina de la Sierra del Perú*. Lima: Fondo Editorial PUCP.

GARCÍA, Brígida y Orlandina DE OLIVEIRA

2006 *Las familias en el México metropolitano: visiones femeninas y masculinas*. México: El Colegio de México.

GODELIER, Maurice

1981 *Instituciones económicas*. Barcelona: Anagrama.

1970 *Racionalidad e irracionalidad en economía*. México D.F.: SIGLO XXI.

GOLTE, Jürgen.

1980 *La racionalidad de la organización andina*. Lima: IEP.

GONZÁLES DE OLARTE, Efraín

1995 *En las fronteras del mercado: economía política del campesinado en el Perú*. Lima: IEP.

GONZÁLEZ, Margarita y Amada RUBIO

2010 “Apicultura y organizaciones de apicultores entre los Mayas de Yucatán”. *Estudios de Cultura Maya*, número 35. Pp.: 163-186. Disponible en *Academic Search Complete*, EBSCOhost. Consulta: 6 de Mayo de 2011.

GUDEMAN, Stephen

2001 *The anthropology of economy: community, market and culture*. Malden, Mass: Blackwell.

GUDMUNDSON, Lowell, William ROSEBERRY y Mario Samper KUTSCHBACH

1995 *Coffee, society and power in Latin America*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI)

2012 IV Censo Nacional Agropecuario. Consulta: 09 de noviembre de 2013 <<http://proyectos.inei.gob.pe/cenagro/tabulados/?id=CensosNacionales>>.

2007 XI Censo Nacional de Población y VI de Vivienda. Consulta: 22 de junio de 2011 <<http://desa.inei.gob.pe/Censos2007/IDSE/>>.

JUNTA NACIONAL DEL CAFÉ (JNC)

2011 Consulta: 30 de junio de 2011. < <http://juntadelcafe.org.pe/>>.

KERVYN, Bruno

1988 *La economía campesina en el Perú. Teorías y políticas.* Cusco: Centro de Estudios Rurales Andinos "Bartolomé de las Casas".

KOC, Nathalie

2001 *Minería, economía y racionalidad: transformaciones en la comunidad campesina de Huachocolpa, Huancavelica-Perú.* Lima: Tesis de Licenciatura con Mención en Antropología. Facultad de Ciencias Sociales, PUCP.

LA REPÚBLICA

2012 *JNC: Exportación peruana de café será afectada por exceso de lluvias y devaluación del dólar.* Consulta: 15 de abril de 2012.  
<<http://www.larepublica.pe/15-04-2012/jnc-exportacion-peruana-de-cafe-sera-afectada-por-exceso-de-lluvias-y-devaluacion-del-dolar>>.

LLONA, Mariana

2005 *Sabor a café: una experiencia de desarrollo con pequeños productores cafetaleros de la selva central.* Lima: DESCO.

LOZANO, Marco Aurelio

- 2006a *Parentesco y movilidad en las estrategias campesinas de las familias aymaras del Alto Tambopata – Puno*. Lima: Tesis de Bachillerato con Mención en Antropología. Facultad de Ciencias Sociales, PUCP.
- 2006b “Elementos para una clasificación de estrategias familiares campesinas en el Alto Tambopata”. En: *Debate Agrario*, No 40-41, (Jul. 2006), pp. 85-98.

MAYER, Enrique

- 2004 *Casa, chacra y dinero: economías domésticas y ecología en los Andes*. Lima: IEP.

MORLON, Pierre (Comp.)

- 1996 *Comprender la agricultura campesina en los Andes Centrales Perú-Bolivia*. Lima: IFEA, Centro de Estudios Regionales Andinos “Bartolomé de Las Casas”.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RIEGO (MINAGRI)

- 2011a “Las ventas al exterior en los nueve primeros meses del 2011 fueron lideradas por el café, al representar el 29,3% del valor FOB total”. Fecha de consulta: 14/11/2011. <<http://minag.gob.pe/notas-de-prensa-2011/las-agroexportaciones-crecieron-un-40-por-ciento-al-registrar-us-3131-5-millones.html>>
- 2011b “Producción apícola mueve S/. 30 millones anuales en el país”. Fecha de consulta: 30/06/2011. <<http://www.minag.gob.pe/portal/notas-de-prensa/notas-de-prensa-2011/5506-produccion-apicola-mueve-30-millones-anuales-en-el-pais>>

## MUNICIPALIDAD ECOLÓGICA PROVINCIAL DE SAN IGNACIO

2011 Consulta: 22 de junio de 2011. <<http://www.munisanignacio.gob.pe/>>

NAROTZKY, Susana

2004 *Antropología económica: nuevas tendencias*. Barcelona: Melusina.

NIEDERLE, Paulo André y Catia GRISA

2008 “Diversificação dos meios de vida e acesso a atores e ativos: uma abordagem sobre a dinâmica de desenvolvimento local da agricultura familiar”. En: *Cuadernos de Desarrollo Rural* no. 61. Pp.: 41-69. Disponible en: Academic Search Complete, EBSCOhost. Consulta: 06 de Mayo de 2011

OXFAM

2007 *Informe del café*. Oxfam International 2007. Consulta: 10 de mayo de 2011. <<http://www.maketradefair.com/es/assets/espanol/CAFE.pdf>>

RECHARTE, Jorge

1982 “Prosperidad y pobreza en la agricultura de la ceja de selva”. En: *Colonización en la Amazonía*. Lima: Centro de Investigación y Promoción Amazónica.

1981 *Los límites socioecológicos del crecimiento agrícola en la ceja de selva: un estudio de antropología agrícola*. Lima: Tesis de Licenciatura con Mención en Antropología. Facultad de Ciencias Sociales, PUCP.

REMY, María Isabel

2007a *Cafetaleros empresarios: dinamismo asociativo para el desarrollo en el Perú*. Lima: IEP.

2007b "Cafetaleros empresarios". En: *Pobreza, desigualdad y desarrollo en el Perú: informe anual 2006-2007*. Lima: Oxfam.

RENGIFO, Grimaldo

1993 *Chacras y chacareros: ecología, demografía y sistemas de cultivo en San Martín*. Lima: Centro de Desarrollo e Investigación de la Selva Alta: Fondo General de Contravalor Perú-Canadá.

ROMERO, César

2010 "El Café Peruano". Exposición presentada en Expo Café Perú I: Lima

ROSEBERRY, William

1996 "The Rise of Yuppie Coffees and the Reimagination of Class in the United States". *American Anthropologist* 98 (4), pp. 762-774.

REGAN, Jaime, S.J.

2001 *A la sombra de los cerros: las raíces religiosas de los pueblos de Jaén, San Ignacio y Bagua*. Lima: CAAAP.

SANTA CRUZ, Francisco

2002 *La economía campesina en la última década*. Lima: CEPES, PROAPA.

SOL & CAFÉ

2011 Consulta: 15 de septiembre de 2011. < <http://www.solcafe.com.pe/>>.

TRIVELLI, Carolina, Javier ESCOBAL y Bruno REVESZ

2006 *Pequeña agricultura comercial: dinámica y retos en el Perú*. Lima: CIES, CIPCA, GRADE, IEP.

ZOOMERS, Annelies

2002 *Vinculando estrategias campesinas al desarrollo: experiencia en los andes bolivianos*. La Paz: Plural Editores.

1998 *Estrategias campesinas en el Surandino de Bolivia: intervenciones y desarrollo rural en el norte de Chuquisaca y Potosí*. La Paz: CEDLA.

### ***Bibliografía consultada***

BOHANNAN, Paul

1972 *Mercados en África*. Cusco: Universidad Nacional del Cusco. Programa Académico de Antropología.

CARBAJAL, Francisco

2004 *La experiencia del crédito en el desarrollo de la apicultura y el fortalecimiento de las organizaciones campesinas en bosques secos: la experiencia del Proyecto Algarrobo*. Piura: INRENA.

DALTON, George.

1971 *Studies in economic anthropology*.

Washington: AAA.

DOTTO, Silvana Emanuelle

2008 “Redes productivas: um estudio de caso da Associação Retireense de Apicultores em Barão de Melgaço – MT como alternativa de desenvolvimento regional”. *Época* 2, No 20, pp. 147-159.

FEDERACIÓN PROVINCIAL DE MUJERES DE ICA (FEPROMU)

2007 *La otra cara de la Agroindustria en Ica: los efectos en la salud de las trabajadoras*. Ica: Federación Provincial de Mujeres de Ica.

2000 *Mujeres asalariadas en la agroindustria del espárrago: el caso del valle de Ica*. Ica: Federación Provincial de Mujeres de Ica.

FLORES, Karim y Miguel CALISAYA

2008 “La agroexportación en el país de las maravillas: condiciones de trabajo y derechos laborales”. En: *Pobreza, desigualdad y desarrollo en el Perú: informe anual 2007-2008*. Lima: Oxfam.

## GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA

2010 “Plan de Desarrollo Regional Concertado: Cajamarca 2021”. Consulta: 30 de agosto de 2011. <  
<http://www.regioncajamarca.gob.pe/sites/default/files/documentos/planificacion/PlanDesarrolloRegionalConcertado2021.pdf>>

GÓMEZ, Rosario

2008 “Agricultura comercial moderna en el Perú. El caso de la agricultura de exportación no tradicional (1995-2007)”. En: *Perú: el problema agrario en debate SEPIA XII: industrias extractivas, agricultura y uso de recursos naturales; ganadería y sociedades pastoriles; y agricultura comercial moderna*. Lima: SEPIA, Oxfam.

HERSKOVITS, Melville Jean

1954 *Antropología económica: estudio de economía comparada*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

MACIP, Ricardo

2005 *Somos un país de peones: café, crisis y el Estado neoliberal en el centro de Veracruz*. Puebla: Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades.

MARLIN, Christian

1996 “La agricultura de exportación, ¿un modelo de desarrollo sustentable? El ejemplo del cultivo del café en la región amazónica del Ecuador”. En: *Ruralter*, No 15, pp. 227-249.

MINAYA, José Elías.

1995 *Los campesinos y la agroindustria del espárrago en el valle de Virú*.  
Trujillo: Universidad de Trujillo.

OXFAM

2002 “Cambiar las reglas: comercio, globalización y lucha contra la pobreza”.  
*Informe Comercio Justo*. Oxfam International. Consulta: 10 de mayo de  
2011 <<http://www.maketradefair.com/es/assets/espanol/cambiarreglas.pdf>>

PLATTNER, Stuart.

1991 *Antropología económica*.  
México, D.F.: Alianza Editorial.

POLANYI, Karl

1976 *Comercio y mercado en los imperios antiguos*. Barcelona: Labor  
Universitaria.

PROGRAMA LABORAL DE DESARROLLO.

2007 *El trabajo decente en la agro exportación: el caso de Ica*.  
Lima: Programa Laboral de Desarrollo.

SALINAS, Mirtha

1988 *Estudio de la situación apícola de Oxapampa*. Lima: CONCYTEC.

TUDELA, Juan Walter

2007 “Determinantes de la producción orgánica: el caso del café orgánico en los valles de San Juan del Oro-Puno”. En: *Economía y Sociedad*, No 64, pp. 74-79.

VALCÁRCEL, Marcel

2003 *Nuevas relaciones sociales entre los productores, la industria agroexportadora y las ONG en el sector agrario peruano. Estudio del sistema de producción de los espárragos entre 1980-2000*. Lovaina: Universidad Católica de Lovaina.

2002 “Agroexportación no tradicional, sistema esparraguero, agricultura de contrata y ONG”. En: *Debate agrario*. Lima, No 34, pp. 29-44.

VILELA Chávez, Alcides

1996 *La apicultura en los bosques secos*. Piura: CEPESER.

YZAGUIRRE, Ana María e Ingrid SAITO

2006 “Actores sociales y el circuito del café en Villa Rica, Oxapampa”. En: *Perú Hoy: nuevos rostros en la escena nacional*. Lima: DESCO.



ANEXOS

## Anexo 1: Matriz metodológica

Preguntas específicas	Temas	Subtemas	Información recogida	Fuentes de información	Técnicas	Herramientas
¿Cómo son y qué objetivos establecen las familias dedicadas a la producción de café y miel en San Ignacio?	Familias de pequeños productores cafetaleros y apicultores	Características de las familias y de sus integrantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Composición familiar</li> <li>- Grado de instrucción de los integrantes</li> <li>- Patrón de residencia</li> <li>- Procedencia y migración</li> <li>- Relaciones entre familiares y parientes, y relaciones sociales</li> </ul>	Familias de pequeños productores	Entrevistas a profundidad (semi-estructuradas)  Árboles de parentesco	Guía de entrevista  Esquema de relaciones de parentesco

		Economía familiar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades y recursos económicos</li> <li>- Otras actividades productivas que generan ingresos</li> <li>- Fuerza de trabajo familiar</li> <li>- Nivel de ingresos y gastos</li> </ul>		Entrevistas a profundidad (semi-estructuradas)	Guía de entrevista
		Consumo en las familias	Patrones y necesidades de consumo		Entrevistas a profundidad (semi-estructuradas)	Guía de entrevista
		Producción familiar	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Características de la producción familiar de café y miel</li> <li>- Actividades que realiza la familia durante el proceso productivo de café y/o miel</li> </ul>		Entrevistas a profundidad (semi-estructuradas)  Observación participante  Observación directa	Guía de entrevista  Guía de observación participante  Guía de observación directa

			- Tradición y experiencia productiva de café y/o miel - Destino de la producción			
¿Cómo se forman y cuáles son las características de las cadenas productivas y de comercialización de café y miel en San Ignacio?	Cadenas de producción y comercialización de café y miel	Características de la producción de café y miel	- Procesos productivos - Actores involucrados	- Familias de pequeños productores - Organizaciones de productores - Agencia Agraria San Ignacio - JNC y Cámara Peruana de Café y Cacao -IV CENAGRO	Entrevistas semi-estructuradas  Observación participante  Observación directa  Gráficos de las fases de los procesos productivos	Guía de entrevista  Guía de observación participante  Guía de observación directa  Esquemas de las fases de los procesos productivos
			- Costos productivos - Volúmenes de producción	- Organizaciones de productores de - Agencia Agraria San Ignacio - JNC y Cámara	Entrevistas semi-estructuradas  Gráficos de los procesos de producción	Guía de entrevista  Esquemas de los procesos de producción

				Peruana de Café y Cacao - IV CENAGRO		
		Características de la comercialización de café y miel	- Acopio, distribución y venta - Actores involucrados	- Familias de pequeños productores - Agencia Agraria San Ignacio -Acopiadores y empresas de comercialización - Organizaciones de productores - Instituciones públicas y privadas relacionadas con la comercialización	Entrevistas semi- estructuradas  Observación directa  Gráficos de cadenas de comercialización  Revisión de documentación sobre café y miel, y de noticias relevantes	Guía de entrevista  Guía de observación directa  Esquemas de comercialización  Fichas de registro

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos de la comercialización</li> <li>- Volúmenes de comercialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencia Agraria San Ignacio</li> <li>- Organizaciones de productores</li> <li>- Instituciones públicas y privadas relacionadas con la comercialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevistas semi-estructuradas</li> <li>Revisión de documentación sobre café y miel, y de noticias relevantes</li> <li>Cuadros con datos sobre comercialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guía de entrevista</li> <li>Fichas de registro</li> <li>Tablas, esquemas y cuadros</li> </ul>
¿Qué estrategias de producción y reproducción (social) ponen en práctica?	Estrategias familiares	Actividades y acciones desarrolladas relacionadas con la producción familiar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivos y proyectos familiares</li> <li>- Acceso a información, capacitaciones en temas productivos</li> <li>- Asociatividad a organizaciones de productores</li> <li>- Acciones en situaciones</li> </ul>	Familias de pequeños productores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tipología de estrategias familiares</li> <li>Entrevistas a profundidad semi-estructuradas</li> <li>Observación directa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esquema de tipología</li> <li>Guía de entrevistas</li> <li>Guía de observación directa</li> </ul>

			de crisis - Actividades productivas y no productivas que realizan las familias - Capital económico y social de las familias			
¿Qué rol desempeñan las cooperativas y asociaciones de cafetaleros y apicultores en la articulación de estos al mercado?	Asociatividad y articulación al mercado de las familias	Características de la asociatividad	- Motivos y formas de asociatividad de las familias - Servicios y beneficios de las cooperativas y asociaciones	Familias de pequeños productores Cooperativas y asociaciones	Entrevistas semi-estructuradas	Guía de entrevistas
		Características de la articulación a los mercados del café y la miel	-Formas de distribución y comercialización -Formas y niveles de articulación al mercado		Observación directa	Guía de observación
					Revisión de documentación de las organizaciones	Fichas de registro
					Entrevistas semi-estructuradas	Guía de entrevista
					Cuadros con datos sobre comercialización	Tablas, esquemas y cuadros

## Anexo 2: Características de las organizaciones de pequeños productores cafetaleros y apicultores

Tipo de organización	Cooperativas cafetaleras			Asociaciones cafetaleras		Asociación de apicultores
<b>Nombre</b>	Cooperativa de Servicios Múltiples “Aprocassi”	CAC Frontera San Ignacio-COOPAFSI	Cooperativa de Servicios Múltiples “Sol&Café”*	Asociación Provincial de Productores Ecológicos de San Ignacio-Apesi	Unión de Cafetaleros Ecológicos-Unicafec	Asociación Solidaria de Pequeños Productores Apícolas de Bosques Naturales de San Ignacio
<b>Ubicación</b>	San Ignacio	San Ignacio	Jaén	San Ignacio	San Ignacio	San Ignacio
<b>Año de creación</b>	2000	1968	2005	2001	2001	2006
<b>Motivo de creación</b>	600 productores formaron una asociación con el apoyo de un párroco de San Ignacio para comercializar directamente el café.	Se crea con el apoyo del Padre Martín Cuestas para formar una organización de productores cafetaleros que los beneficie directamente.	Se creó a partir del proyecto “Poderes”, financiado por USAID y Caritas, que buscaba beneficiar a productores cafetaleros.	16 productores se agruparon para formar una asociación que promoviera la producción y comercialización de diversos cultivos, entre ellos el café.	106 productores formaron la asociación como alternativa a las intermediaciones para obtener precios justos.	Se creó con apoyo de la MEPSI para fortalecer la situación de los apicultores en la cadena productiva de la miel, en el marco del proyecto para el

						fortalecimiento de esta actividad en San Ignacio.
<b>N° total de socios</b>	395	311	1019	271	362	35
<b>N° socios varones</b>	310	264	-	222	294	-
<b>N° socias mujeres</b>	85	47	-	49	68	-
<b>Comité de mujeres</b>	Sí	Sí	No	No	Sí	No
<b>Requisitos para asociarse</b>	<p>1. Solicitud y pago de cuota de inscripción (S/.150)</p> <p>2. Demostrar que la agricultura es la principal actividad agropecuaria y que se desarrolla directamente</p> <p>3. Carta de la autoridad del caserío o</p>	<p>1. Constancia de posesión de terreno para cultivo</p> <p>2. Constancia de no estar involucrado en problemas judiciales.</p> <p>3. Demostrar que se es agricultor</p> <p>4. Solicitud de inscripción.</p> <p>5. Copia del DNI</p>	-	<p>1. Título de propiedad o certificado de posesión de las parcelas</p> <p>2. Carta de Teniente Gobernador de caserío o centro poblado que respalde las buenas prácticas agrícolas y conducta del productor</p> <p>2.Solicitud y pago de cuota</p>	<p>1. Título de propiedad o certificado de posesión de las parcelas</p> <p>2.Pago de cuota de inscripción (S/.100)</p> <p>3. Pago por derecho de inspección a finca (S/.20)</p> <p>4. No pertenecer a otra organización cafetalera</p>	<p>1. Demostrar que se tienen colmenas.</p> <p>2. Pagar una cuota de inscripción (S/.50)</p> <p>3. Acondicionar el apiario para la producción orgánica de miel.</p>

	centro poblado que respalde las buenas prácticas agrícolas y conducta del productor 4. No pertenecer a otra organización cafetalera.			de inscripción (S/.100) 3. Copia de DNI y fotografía tamaño carné 4. No pertenecer a otra organización cafetalera		
<b>Servicios para los socios</b>	1. Acopio y exportación del café a mercados especiales. 2. Créditos pre y post-cosecha, de rehabilitación de cafetales, de renovación de finca y de abonamiento a través de Aprocredi, la cooperativa	1. Acopio y exportación del café a mercados especiales. 2. Asistencia técnica y capacitaciones 3. Procesamiento del café de los socios en una planta adquirida por la cooperativa.	1. Acopio y exportación del café a mercados especiales. 2. Créditos pre cosecha y de abonamiento. 3. Préstamos de adelanto de acopio. 4. Asistencia técnica, capacitaciones	1. Acopio y exportación del café a mercados especiales. 2. Acopio y comercialización de stevia y de miel. 3. Créditos pre y post-cosecha, de rehabilitación de cafetales y de abonamiento. 4. Asistencia	1. Acopio y exportación del café a mercados especiales. 2. Créditos pre y post-cosecha, de rehabilitación de cafetales, de renovación de finca y para el abonamiento. 3. Asistencia técnica, capacitaciones	1. Acopio y comercialización de miel y otros productos de las colmenas

	de ahorro y crédito de la organización. 3. Asistencia técnica y capacitaciones. 4. Venta de plántones de café y forestales. 5. Venta de café de los/las socios/as a través de la marca Santuario.			técnica y capacitaciones , talleres y pasantías. 5. Producción de plántones de café y forestales para la venta, en convenio con el Instituto Superior Técnico de San Ignacio.		
<b>Beneficios para los socios</b>	1. Precios justos ofrecidos a sus socios por QQ. 2. Mejoramiento y ordenamiento de la vivienda y la chacra	1. Precios justos ofrecidos a sus socios por QQ. 2. Mejoramiento y ordenamiento de la vivienda y la chacra 3. Conservación del medio	1. Alianzas estratégicas con instituciones privadas y públicas para elaborar y ejecutar proyectos que mejoren la productividad de las fincas	1. Precios justos ofrecidos a sus socios por QQ. 2. Mejoramiento y ordenamiento de la vivienda y la chacra 3. Conservación del medio	1. Precios justos ofrecidos a sus socios por QQ. 2. Mejoramiento y ordenamiento de la vivienda y la chacra 3. Conservación del medio	1. Pago inmediato por la miel u otros productos de las colmenas.

	<p>3. Conservación del medio ambiente: manejo de desechos orgánicos e inorgánicos y de aguas mieles</p> <p>4. Coordinación con autoridades locales para el mejoramiento de los servicios de educación y salud en las comunidades de los socios</p> <p>5. Participación en proyectos de desarrollo y agro-productivos.</p> <p>6. Fondo social/mortuo</p>	<p>ambiente: manejo de desechos orgánicos e inorgánicos y de aguas mieles</p> <p>4. Participación en proyectos de desarrollo</p>	<p>de los socios.</p>	<p>ambiente: manejo de desechos orgánicos e inorgánicos y de aguas mieles</p> <p>4. Participación en proyectos de desarrollo integral para el mejoramiento de la producción ecológica, la productividad y la calidad de vida de los productores.</p> <p>5. Incentivos al café de mejor calidad.</p> <p>6. Avalar a socios/as que solicitan créditos a otras entidades.</p>	<p>ambiente: manejo de desechos orgánicos e inorgánicos y de aguas mieles</p> <p>4. Participación en proyectos de desarrollo</p>	
--	---	--	-----------------------	--	--	--

	<p>rio.</p> <p>7. Créditos solidarios en caso de enfermedad del socio/a.</p> <p>8. Servicio de alojamiento en sucursales de San Ignacio y Jaén.</p> <p>9. Respaldo a socio/a que solicita préstamos, etc. a otras entidades.</p>					
<p><b>Proyectos desarrollados y en ejecución</b></p>	<p>1. Proyecto para mejorar la gestión empresarial del CODEMU para incrementar las ventas del café</p>	<p>1. Proyecto para implementar las fincas más lejanas de algunos socios con máquinas despulpadoras y carpas solares,</p>	<p>1. Proyecto "Pro Café" para el fortalecimiento organizacional de la cooperativa, financiado por Caritas.</p>	<p>1. Proyecto para la implementación del área técnica de la organización, financiado por Incagro.</p> <p>2. Proyecto para el</p>	<p>1. Proyecto para el fortalecimiento de la competitividad y el mejoramiento de la infraestructura de las fincas</p>	<p>Ninguno.</p>

	<p>marca Santuario.</p> <p>2. Proyecto para el fortalecimiento de las capacidades de los pequeños productores.</p> <p>3. Proyecto para el fortalecimiento de la cadena productiva del café en las provincias de San Ignacio, Jaén y San Miguel, ejecutado por el Gobierno Regional de Cajamarca.</p>	<p>financiado por el Programa de Compensaciones a la Competitividad (Agroideas-Minagri).</p>		<p>fortalecimiento de los socios/as a través de la formalización de las pequeñas empresas constituidas por estos, financiado por Fondoempleo.</p> <p>3. Proyecto para el fortalecimiento de las capacidades de los productores a través de capacitaciones y asistencia técnica, financiado por Acciónagraria.</p>	<p>de los socios con plantas de beneficio post-cosecha; financiado por el Programa de Compensaciones a la Competitividad (Agroideas-Minagri)</p> <p>2. Proyecto vida saludable y producción sostenible de familias campesinas cafetaleras en Lambayeque y Cajamarca - Coopcafé, ejecutado por Heifer-Perú</p>	
<b>Certificaciones</b>	1. Comercio justo (certificadora)	1. Comercio justo (certificadora)	1. Comercio justo (certificadora)	1. Comercio justo (certificadora)	1. Comercio justo (certificadora)	1. Orgánica

	Flocert) 2. Orgánica (a través de IMO Control)	Flocert) 2. Orgánica (a través de IMO Control)	Flocert) 2. Orgánica (a través de Bio Latina) 3. Sostenible (Rainforest Alliance) 4. Pequeña agricultura (a través de Símbolo de Pequeños Productores)	Flocert) 2. Orgánica (a través de IMO Control y OCIA)	Flocert) 2. Orgánica (a través de OCIA) 3. Café femenino (a través de OCIA)	
<b>N° de bases y ubicación</b>	27 comités zonales en la provincia de San Ignacio, y en los distritos de Jaén y Santa Rosa (Jaén).	12 comités zonales en la provincia de San Ignacio.	50 comités zonales en las provincias de San Ignacio y Jaén.	36 comités zonales en la provincia de San Ignacio.	14 comités zonales en los distritos de San Ignacio, Namballe y San José de Lourdes.	-

Elaboración propia.

\*Datos al 2008.

## Anexo 3: Características de las familias cafetaleras y apicultoras

<b>Criterios</b>	<b>Familias que orientan sus acciones al crecimiento económico, productivo y familiar</b>	<b>Familias que orientan sus acciones a la consolidación económica, productiva y familiar</b>	<b>Familias que orientan sus acciones a la acumulación</b>
Composición familiar	Casos de familias extensas y numerosas; y casos compuestos solo por la pareja y los hijos.	La mayoría de familias son numerosas, todas compuestas por la pareja y los hijos.	Productores con hijos mayores que ya se han independizado.
N° de integrantes que habitan la vivienda	De 3 a 6 personas.	El promedio es 5 personas (padres e hijos menores).	De 1 a 3 personas.
N° de integrantes dependientes	En promedio 2 personas (hijos/hijas).	En promedio 3 personas (hijos/hijas).	En la mayoría de casos ninguno. En un caso 1 persona (nieta)
Ciclo de vida familiar	Familias recién constituidas y en la mayoría de casos con hijos pequeños.	Familias en etapa de consolidación familiar-reproductiva con hijos pequeños, adolescentes y/o adultos.	Familias finalizando el ciclo de vida familiar-reproductivo. En la mayoría de casos viven sin los hijos.
Antecedentes de migración	Algunos son migrantes de Jaén y Cajamarca.	Casi todas están conformadas por migrantes de Ayabaca u otras provincias de Cajamarca.	Solo en un caso el jefe de familia es migrante de Ayabaca.
Tradición productiva familiar de café	Sí, en todos los casos (4).	Sí, en la mayoría de los casos (5).	Sí, en todos los casos (3).
Tipo de acceso a tierras y cantidad de hectáreas en	Casos con tierras que son herencia del padre/madre del jefe de familia y en otros	La mayoría ha comprado sus tierras. Algunos casos las han heredado del padre/madre del	En todos los casos las tierras fueron compradas, y en uno una parte es

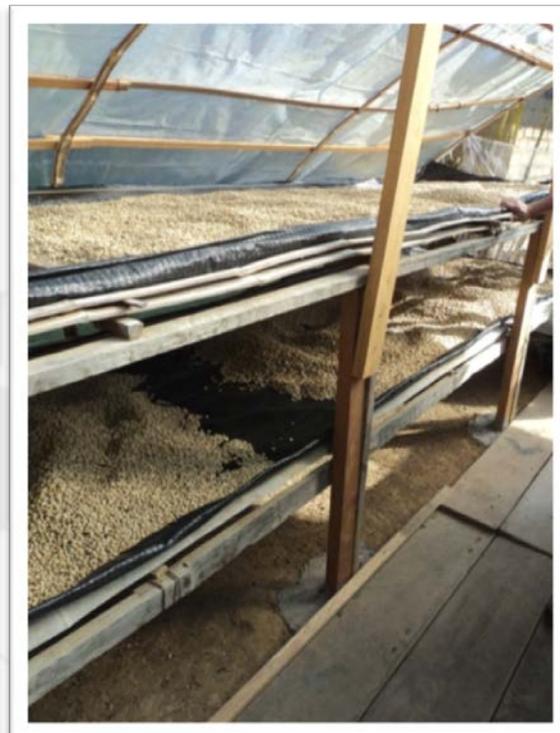
posesión	casos fueron compradas. Tienen entre 0.75 y 2.5 Has. El promedio es de 1.25 Has.	jefe de familia. Tienen entre 1.5 y 2 Has. El promedio es de 1.75 Has.	herencia paterna. Dos casos tienen 8 y 9.5 Has. cada una, y uno tiene 3 Has.
Nº de apiarios y de colmenas	Un caso con 1 apiario y 25 colmenas.	La mayoría tiene de 3 apiarios con 20 o 50 colmenas cada uno. Dos tienen 1 apiario con 25 y 5 colmenas cada uno. Un caso tiene 5 apiarios con 220 colmenas.	Un caso con 1 apiario y 8 colmenas.
Asociatividad de caficultores	1.Casos sin asociatividad, 2.Casos con asociatividad indirecta (venta a través de familiares asociados) 3.Caso con asociatividad directa	1. Un caso sin asociatividad. 2. Un caso en proceso de asociación. 3. La mayoría asociada de manera directa.	1. Un caso sin asociatividad. 2. La mayoría de casos asociados de manera directa.
Asociatividad de apicultores	1.La mayoría de familias sin asociarse 2.Un caso asociado	1. Familias sin asociarse. 2. Familias asociadas.	Familias sin asociatividad.

Elaboración propia.

## Anexo 4: Archivo fotográfico



Productor cafetalero lavando el café despulpado



Café lavado secándose en tarimas de madera al interior de una carpa solar

Máquina despulpadora y tanques de lavado y fermentado del café



Asociación de  
pequeños  
productores  
cafetaleros  
“Unicafec”



Mujer jornalera haciendo la cosecha selectiva del café cerezo

Apicultor observando la cámara de producción de una colmena



Apicultor con un bastidor operculado de miel.



Apicultor mostrando dos bastidores con cera nueva.



Apicultor extrayendo manualmente la miel de un bastidor operculado.